

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PLAN DE PROMOCIÓN PARA LA OFERTA ACADÉMICA DE LA
PUCE A NIVEL INTERNACIONAL**

JOHANA CAROLINA BOLAÑOS ERAZO

DIRECTOR: ING. JUAN CARLOS LA TORRE

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN Y ESTRATEGIA DE
MARKETING**

QUITO, OCTUBRE 2016

DIRECTOR:

Ing. Juan Carlos Latorre

INFORMANTES:

Ing. Fernando Rosas, Mgtr.

Mgtr. Francisco Moscoso

DEDICATORIA

Quiero dedicar todo mi trabajo y esfuerzo a mis padres y hermanos quien han sido el pilar fundamental para lograr mis sueños y mis objetivos, los mismos que son la fuente de mis valores y el apoyo total en las dificultades y logros, gracias a ellos y a todo su valioso esfuerzo puedo terminar este objetivo.

A mi segunda familia, que son mis amigos con los que he atravesado por varias aventuras, experiencias y aprendizajes, aquellos amigos que con una palabra de aliento me extendieron la mano y a aquellos con los que compartí un techo por varios años, de quienes he aprendido mucho y me han ayudado a ser mejor persona.

Y especialmente a Dios que es la fuerza fundamental en mi diario vivir, el motor de levantarme cada día y de quien tengo total confianza en sus retos y bendiciones, gracias por esta gran oportunidad.

Mil gracias a todos por formar parte de esta meta.

Johana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme esta enorme oportunidad tanto de aprendizaje y crecimiento, en todos los aspectos, por regalarme su sabiduría y grandes bendiciones que han guiado cada paso en mi vida.

A mis padres que son mi gran ejemplo a seguir, gracias a su entrega, a su apoyo total, a los grandes esfuerzos y sacrificios, pero sobre todo gracias por su amor, sus consejos y su apoyo incondicional.

A mis hermanos Angie y Carlos que, con su ternura, su amor, su confianza y sabiduría aportaron con un granito de arena para terminar este trabajo.

A mis amigos que son parte fundamental de mi vida, gracias por compartir experiencias inolvidables y por el apoyo en todo momento.

A la Residencia Universitaria Tulpa por abrirme sus puertas y más que un hogar ser mi familia mi apoyo y sobre todo mi guía personal y espiritual.

A la familia Borja Montalvo por hacerme parte de su familia y convertirse en la mía por varios años al estar lejos de casa, gracias a la calidez de su hogar y a su compañía y a tantos momentos que serán inolvidables.

Quiero agradecer a los profesores que me brindaron la oportunidad de crecer profesionalmente y fueron ejemplo para mi carrera, principalmente a mi director de tesis Ing. Juan Carlos Latorre, por darme la oportunidad de contar con el auspicio de la DGE junto con la PUCE, gracias por dejarme un gran aprendizaje al realizar mi trabajo de titulación y también a la Coordinación de Promoción por su guía, apoyo y comprensión.

Johana

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 HERRAMIENTAS Y TEORÍAS APLICABLES, 3

1.1 MARKETING EDUCATIVO, 3

1.1.1 Marketing Educativo Online, 6

1.2 HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA EL MARKETING EDUCATIVO, 7

1.2.1 Marketing Digital, 7

1.2.2 Herramientas del Marketing Digital, 8

1.2.2.1 Product E – Marketing, 9

1.2.2.2 Markets E – Research, 10

1.2.2.3 E – Promotion, 11

1.2.2.4 E – Audit, 12

1.2.2.5 E – Commerce, 12

1.2.2.6 E – Advertising, 13

1.2.2.7 E – Branding, 14

1.2.2.8 Trade E – Marketing, 15

1.2.2.9 E – Communication, 15

2 INVESTIGACIÓN DE LA PUCE Y COMPETENCIAS, 19

2.1 MACROAMBIENTE, 19

2.1.1 Análisis PESTEL, 19

2.1.1.1 Político, 19

2.1.1.2 Económico, 21

2.1.1.3 Social, 22

2.1.1.4 Tecnológico, 23

2.1.1.5 Ecológico, 24

2.1.1.6 Legal, 24

2.1.2 Análisis Demográfico, 25

2.1.3 Factores Geográficos, 26

2.1.4 Factores Demográficos, 27

2.2 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER, 28

2.2.1 Amenaza de entrada a nuevos competidores, 28

2.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores, 31

2.2.3 Poder de Negociación de los Compradores, 31

2.2.4 Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos, 33

2.2.5 Rivalidad entre los competidores, 33

2.3 ANÁLISIS FODA, 34

2.3.1 Análisis interno, 35

2.3.1.1 Fortalezas, 35

2.3.1.2 Debilidades, 36

2.3.2	Análisis Externo, 38
2.3.2.1	Oportunidades, 38
2.3.2.2	Amenazas, 39
2.4	ENTREVISTAS, 41
2.4.1	Entrevista a Expertos Internos y Externos, 41
2.4.2	Resultados de las Entrevistas, 44
2.4.3	Entrevistas a Ex Becarios PUCE, 83
2.4.4	Resumen de los Resultados de las Entrevistas, 85
2.5	FOCUS GROUP, 98
2.5.1	Objetivos del Focus Group, 98
2.5.2	Determinación de los Factores influyentes de los estudiantes de intercambio para decidir realizar sus estudios en el exterior, 99
2.5.2.1	Focus Group realizado a los Estudiantes Extranjeros de Intercambio de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador, 99
2.6	ENCUESTA, 108
2.6.1	Objetivos de las Encuestas, 108
2.6.2	Metodología de la encuesta, 109
2.6.3	Formato de Encuesta Estudiantes de Intercambio, 111
2.6.4	Formato de Encuesta Estudiantes de Cursos Abiertos Español, 111
2.6.5	Resultados, 112
2.6.5.1	Resultados Encuesta a Estudiantes de Intercambio PUCE, 112
2.6.5.2	Resultados Encuesta Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE, 128
2.6.6	Informe de las Encuestas, 139
3	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA LA OFERTA ACADÉMICA A NIVEL INTERNACIONAL, 144
3.1	INTRODUCCIÓN, 144
3.2	ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA PROMOCIÓN, 145
3.2.1	Análisis de la Promoción Internacional de la PUCE, 145
3.2.1.1	Oportunidades, 145
3.2.1.2	Amenazas, 146
3.2.1.3	Fortalezas, 147
3.2.1.4	Debilidades, 149
3.2.2	Análisis Comparativo de las Ofertas Académicas de la Competencia Directa de la PUCE a nivel Internacional, Convenios Internacionales y Páginas Web para usuarios del exterior, 153
3.2.2.1	Universidad de las Américas (UDLA), 153
3.2.2.2	Universidad San Francisco de Quito (USFQ), 169
3.2.2.3	Universidad Internacional SEK, 196
3.2.2.4	Universidad Internacional del Ecuador, 201
3.2.3	Conclusiones acerca de la Investigación Realizada a la competencia, 203
3.3	PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES, 204
3.4	ESTABLECER OBJETIVOS, 206
3.5	ESTABLECER LAS ESTRATEGIAS, 207
3.5.1	Diagnósticos de Comunicación, 207
3.5.2	Elaboración de Estrategias, 208
3.5.2.1	Plan de Medios, 208

	3.5.2.2 Estrategia de Medios, 208
3.6	ESTRATEGIAS PROMOCIONALES ADICIONALES, 223
	3.6.1 Estrategias competitivas, 223
	3.6.2 Estrategias del personal de promoción, 230
4	PRESUPUESTO Y GUÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN, 235
	4.1 PRESUPUESTO IMPLEMENTACIÓN SISTEMA WEB, 236
	4.2 PRESUPUESTO BTL, 238
	4.3 PRESUPUESTO REDES SOCIALES HE INTERNET, 238
	4.4 PRESUPUESTO DE RECURSO HUMANO, 240
	4.5 PRESUPUESTO INTEGRAL PLAN DE PROMOCIÓN, 240
	4.6 GUIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN, 242
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 244
	5.1 CONCLUSIONES, 244
	5.2 RECOMENDACIONES, 246
	REFERENCIAS, 250
	ANEXOS, 252
	Anexo 1: Entrevista Expertos, 253
	Anexo 2: Entrevistas Estudiantes, 254
	Anexo 3: Focus Group, 255
	Anexo 4: Estudiantes cursos abiertos Ecuador, 256
	Anexo 5: Encuesta estudiantes de intercambio, 259
	Anexo 6: Encuesta estudiantes cursos abiertos, 263
	Anexo 7: UDLA Convenios, 265
	Anexo 8: Presupuesto 2014 – USFQ, 283
	Anexo 9: Universidades por carrera, 284
	Anexo 10: Universidades que ofrecen ingeniería, 301
	Anexo 11: Universidades con Beca, 309
	Anexo 12: Estado de resultados USFQ, 313
	Anexo 13: Propuesta DEVSU, 314
	Anexo 14: Cotización Creative Print, 322
	Anexo 15: Cotización Google Adwors, 323

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Población del Distrito Metropolitano de Quito, 28
Tabla 2:	FODA PUCE, 41
Tabla 3:	Entrevista a Autoridades de la PUCE, 43
Tabla 4:	Resumen de las Entrevistas Expertos, 80
Tabla 5:	Ex Becarios PUCE, 85
Tabla 6:	Muestra estudiantes de español Facultad de LAL, 111
Tabla 7:	Presupuesto Implementación Pagina Web D.R.I, 237
Tabla 8:	Presupuesto BTL, 238
Tabla 9:	Presupuesto Emailing según cantidad de envió, 239
Tabla 10:	Presupuesto Internet Redes Sociales y Aplicaciones Gratuitas, 240
Tabla 11:	Presupuesto Integral para la Aplicación del Plan de Promoción Para la Oferta Académica de PUCE a Nivel Internacional, 241
Tabla 12:	Guía para la implementación del plan de promoción, 243

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Nacionalidad de los estudiantes de Intercambio de la PUCE, 112
- Figura 2: Género de los Estudiantes de Intercambio de la PUCE, 113
- Figura 3: Estudiantes de Intercambio de la PUCE - Pregunta 1, 113
- Figura 4: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 2, 114
- Figura 5: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 3, 115
- Figura 6: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 4, 116
- Figura 7: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 5, 117
- Figura 8: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 6, 118
- Figura 9: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 7, 119
- Figura 10: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 120
- Figura 11: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 121
- Figura 12: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 121
- Figura 13: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 122
- Figura 14: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 123
- Figura 15: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 123
- Figura 16: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 124
- Figura 17: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8, 125
- Figura 18: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 9, 125
- Figura 19: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 10, 126
- Figura 20: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 11, 127
- Figura 21: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 12, 128
- Figura 22: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 1, 128
- Figura 23: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 2, 129
- Figura 24: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 130
- Figura 25: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 130
- Figura 26: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 131
- Figura 27: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 131
- Figura 28: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 132
- Figura 29: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 132
- Figura 30: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 133
- Figura 31: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 133
- Figura 32: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 135
- Figura 33: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 135
- Figura 34: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 136
- Figura 35: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 137
- Figura 36: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 137
- Figura 37: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3, 138
- Figura 38: Captura de pantalla Pagina Web D.R.I PUCE, 151
- Figura 39: Captura de pantalla de Página Web D.R.I. PUCE, 152
- Figura 40: Captura de pantalla de Página Web UDLA, 157
- Figura 41: Captura de pantalla de Página Web UDLA, 158
- Figura 42: Captura de pantalla de Página Web UDLA Programas Internacionales por carrera, 159
- Figura 43: Captura de pantalla de Página Web UDLA Programas Internacionales por país, 159
- Figura 44: Captura de pantalla de Página Web UDLA Intercambios Estudiantiles, 160

- Figura 45: Captura de pantalla de Página Web UDLA Estudiantes Internacionales, 162
- Figura 46: Captura de pantalla de Página Web UDLA Estudiantes Cuarto Nivel, 164
- Figura 47: Captura de pantalla de Página Web UDLA Área de Docente Investigadores, 165
- Figura 48: Captura de pantalla de Página Web UDLA Centro de Investigación Traslacional, 167
- Figura 49: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas Internacionales, 170
- Figura 50: Captura de pantalla de Página Web USFQ Info Estudiantes USFQ, 171
- Figura 51: Captura de pantalla de Página Programas Internacionales USFQ en Facebook, 172
- Figura 52: Captura de pantalla de Página Web USFQ Información Estudiantes Internacionales, 177
- Figura 53: Captura de pantalla de Página Web USFQ Red de Universidades, 182
- Figura 54: Captura de pantalla de Página Web USFQ Estudiar en Galápagos, 184
- Figura 55: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas de Verano, 185
- Figura 56: Captura de pantalla de Página Web USFQ con el programa LoERI, 187
- Figura 57: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas de Salud Global, 189
- Figura 58: Captura de pantalla de Página Web PACHAYSANA, 190
- Figura 59: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas Personalizados, 191
- Figura 60: Captura de pantalla de Página Web USFQ Proceso para postular a un Customized Program, 192
- Figura 61: Captura de pantalla de Página Web USFQ AIESEC, 193
- Figura 62: Captura de pantalla de Página Web USFQ Tour de Familiarización, 194
- Figura 63: Captura de pantalla de Página Web USFQ Familias Anfitrionas, 195
- Figura 64: Captura de pantalla de Página Web UISEK Relaciones Institucionales, 197
- Figura 65: Captura de pantalla de Página Web UISEK Intercambios Estudiantiles, 198
- Figura 66: Captura de pantalla de Página Web UISEK Convenios Institucionales, 199
- Figura 67: Captura de pantalla de Página Web UISEK Pasantías Nacionales e Internacionales, 200
- Figura 68: Captura de pantalla de Página Web UIDE Relaciones Internacionales, 201
- Figura 69: Captura de pantalla de Página Web UIDE Relaciones Internacionales, convenios, 202
- Figura 70: Captura de pantalla de Página Web UIDE Convenios Internacionales, 203
- Figura 71: Presupuesto Condesado PUCE 2016, 205
- Figura 72: Estudiantes Internacionales PUCE 2015, 209
- Figura 73: Histórico Casa Abierta PUCE 2011-2016, 211
- Figura 74: Página Web de Relaciones Internacionales Universidad Católica de Córdoba, 214
- Figura 75: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE *Fuente: Universidad Católica de Córdoba*, 215
- Figura 76: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE menú desplegable, 216
- Figura 77: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Guía para estudiantes Internacionales, 217
- Figura 78: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Menú con fotografías, 218
- Figura 79: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Mapa Convenios, 219
- Figura 80: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Mapa Convenios, 220
- Figura 81: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Información programas y convenios internacionales, 221

- Figura 82: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE en Facebook, 223
- Figura 83: Estructura Organizacional Actual D.R.I, 231
- Figura 84: Reestructura Organizacional Actual D.R.I, 232
- Figura 85: Presupuesto Implementación Sistema Web Relaciones Internacionales PUCE, 236

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de disertación de grado contempla la propuesta de un plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional.

La consecución del mismo consiste en una perspectiva actual de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional, su situación y antecedentes, así como como el respectivo análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Procede con un análisis profundo del mercado y de la promoción de educación superior a nivel internacional y la competencia en el Distrito Metropolitano de Quito, así como la realización de encuestas, entrevistas que determinan la situación actual de la PUCE y del conocimiento de la sociedad y el mercado extranjero objetivo de la oferta académica a nivel internacional realizada por la Dirección de Relaciones Internacionales de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

A través de una investigación de mercado se pudo profundizar las ofertas que realiza la competencia, conociendo cada una de sus características y situación actual, así como de la demanda potencial que existe en el mercado, al proponer programas internacionales y de esta manera atraer más mercado objetivo como son los estudiantes extranjeros.

El presente plan, se complementa además con la entrega de un plan de promoción cuyas estrategias se han considerado factibles para el mejoramiento de la promoción de la PUCE

a nivel internacional mismas que se establecen al final de este capítulo y que se espera su implementación tan pronto su aprobación.

Finalmente, en base a todos los elementos antes mencionados el cual contempla la elaboración de estrategias posterior al estudio de mercado, y en base a todas las conclusiones obtenidas, la elaboración de un presupuesto en el que conste los costos de la implementación del plan de promoción.

INTRODUCCIÓN

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador es un centro de estudios superiores fundado en 1946 en el Distrito Metropolitano de Quito, actualmente cuenta con 15 facultades las cuales se ofertan a estudiantes nacionales y extranjeros, sin embargo desde años atrás se ha creado un sinnúmero de universidades; institutos y demás centros de educación superior, es decir la oferta para el mercado de estudios superiores ha crecido, por lo cual la repartición de la demanda entre dichos centros educativos se ha convertido en una incesante misión de promoción hacia los demandantes.

Actualmente existen 71 universidades a nivel nacional dentro del sector de educación superior, estas universidades ofertan varias carreras, especializaciones y 13 de ellas convenios internacionales. El plan de promoción académica se enfocará exclusivamente en las Universidades del Distrito Metropolitano de Quito que son quienes compiten directamente con la PUCE.

Éste trabajo de titulación consiste en el desarrollo de la investigación de mercado en el cual se desenvuelve la PUCE, con su oferta y demanda, competidores dentro del mismo segmento de mercado, un análisis detallado y detenido a los diferentes grupos objetivos que posee la universidad, para luego desarrollar un plan de promoción explicando las estrategias a seguir, los costos de implementación y la forma de ejecutar un plan de medios para lograr lo planteado.

El propósito de este estudio es investigar como la PUCE se oferta académicamente a nivel internacional, mediante la ejecución de un estudio de mercado en que los objetos de estudio sean parte del target estratégico de la universidad. Mediante este estudio de mercado se podrá obtener respuestas concretas de la percepción sobre la PUCE a nivel internacional en la actualidad y así mismo sobre la percepción hacia los demás ofertantes dentro de la promoción universitaria a nivel internacional.

Para contribuir a la solución de estos problemas, esta investigación va a evidenciar los medios adecuados para tener mayor presencia internacional, diseñando estrategias y soluciones a los problemas existentes en la oferta académica internacional, el cual será tomado directamente de los resultados arrojados del estudio de mercado efectuado, y por ende, serán respuestas precisas para el éxito en la realización del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE nivel internacional.

1 HERRAMIENTAS Y TEORÍAS APLICABLES

1.1 MARKETING EDUCATIVO

A continuación, se presenta la recopilación de varios autores que tratan sobre el marketing educativo, las instituciones educativas pertenecen al sector de los servicios, lo cual hace que desde la óptica del marketing posean unas características que no sólo las diferencian de otras, sino que son la base de su identidad.

Como empresas están sujetas al entorno epistemológico de la economía, es decir, su razón de ser, por origen y por finalidad, está en el ser humano, y les corresponde, como integrantes del sistema económico, buscar el incremento continuo de la riqueza humana, representada en los valores del espíritu y en el desarrollo de las capacidades intelectuales y sociales (Martínez, 2001).

Desde luego, hay diferencias entre vender productos y prestar servicios de educación, pero ambos son intercambios de valor y no solamente expresados en términos monetarios, sino también el valor percibido por los individuos y el atribuido por los grupos sociales a los bienes y servicios (Saldaña, 1999).

La misión de las estrategias del Marketing Educativo es crear y facilitar que los clientes consumidores (estudiantes), puedan interactuar en situaciones de aprendizaje participativo dentro y fuera de contextos educativos, a partir de entender que enseñar

supone reconocer la individualidad y la diversidad de los alumnos, en la convicción de que el aprendizaje es un proceso vivencial, fruto de la reflexión, la discusión, el análisis, la interacción y retroalimentación grupal.

David Bejou (2004), citado en Petrella (2007) plantea expresamente la conveniencia de tratar a los estudiantes como clientes de la institución educativa, rompiendo la barrera cultural que ello representa, en pos de buscar caminos para mejorar el relacionamiento.

Bejou propone un modelo de aproximación gradual para poder interiorizar adecuadamente esta “nueva” forma de concebir la relación de las instituciones educativas con los estudiantes. La propuesta consiste esencialmente en aproximar las funciones de escuelas y estudiantes con los vendedores y compradores, procurando preservar las singularidades del sector y capitalizando la posibilidad de crear mejores comunidades educativas.

Di Tommaso (2005) señala que históricamente, las instituciones educativas en general, solían ser reacias a la aplicación de ciertos términos vinculados al área comercial en sus organizaciones, como ser el “marketing” o hablar de “clientes” para referirse a las personas que mantienen un vínculo con la organización y por el cual pagan a cambio de recibir servicios. Se trata de algo más que la terminología lo que está en juego para definir la relación de las instituciones educativas con las personas a que va destinado su esfuerzo de formación y generación de conocimiento.

Manes (2005), en el desarrollo de sus estudios, plantea que se debe hablar de “marketing educativo”, para poder abordar de manera más sistemática la investigación

de mercado y las posibilidades de cobertura con el fin de atender una demanda que requiere cada vez más servicios oportunos y personalizados.

Hoy en día, un gran número de Universidades a nivel mundial, tanto del sector público como privadas, utilizan las técnicas, modelos y estrategias del Marketing. La justificación se centra en que la universidad se asemeja a una organización de servicios en la que existe una relación de intercambio con los alumnos, sus familias, las empresas, la sociedad y otros actores.

Los programas de estudio son su elemento esencial, pero también comprende entre otros elementos los siguientes: la calidad académica, los profesores, la metodología de enseñanza, la duración del programa, la evaluación, el número de estudiantes por grupo, el título que se otorga, la infraestructura de la universidad (instalaciones, biblioteca, equipos de computación, recursos educativos, laboratorios, parqueadero, cafetería, etc.). (Zapata, 2007).

Kotler (1985), expresa que los beneficios que puede proporcionar el marketing a las instituciones que comprendan e interpreten mejor sus principios es la consecución de sus objetivos con mayor eficacia. En una sociedad libre, las instituciones dependen de los intercambios voluntarios para lograr sus objetivos. Ellos deben atraer recursos, motivar a los empleados, y encontrar clientes. Propiciar estos incentivos puede ayudar a estimular los intercambios. El marketing es una ciencia aplicada interesada en la gestión de los intercambios con eficacia y eficiencia, la cual es relevante para las instituciones de educación.

1.1.1 Marketing Educativo Online

El marketing educativo online se hace necesario ya que la educación es tratada también como un negocio y como este debe generar ingresos y llamar la atención de clientes potenciales, el marketing educativo se convierte en una herramienta de gran ayuda para alcanzar las metas propuestas por una institución educativa, pero como el marketing, para seguir captando la atención y mejorando las metas, debe estar al corriente con las nuevas tecnologías, las estrategias para las instituciones educativas también deben ser online (Avedaño, 2013).

El marketing educativo online tiene como objetivos claros el captar nuevos alumnos, fidelizar a las personas que ya pertenecen a la institución y lograr que la entidad se diferencia claramente de su competencia; para alcanzar estos objetivos primero se debe analizar adecuadamente la competencia, el mercado en el que se desenvuelve, a que público deben dirigirse las estrategias.

En el marketing educativo online podemos encontrar una clara tendencia que empieza, como ya se dijo anteriormente, por la detección de puntos importantes como lo son las necesidades tanto del público objetivo como de la institución; esto nos lleva a la satisfacción del cliente, aspecto de gran importancia en la comunicación y en la construcción de un nombre tanto en la red como por fuera de esta; también es de gran importancia la comunicación tanto interna como externa de la institución, el mensaje que se desea dar a conocer deber ser claro y debe estar totalmente articulado en cada parte de la comunicación (Avedaño, 2013).

1.2 HERRAMIENTAS UTILIZADAS PARA EL MARKETING EDUCATIVO

1.2.1 Marketing Digital

El Marketing Digital es aquel que utiliza medios digitales y multimedia para conseguir los objetivos planteados. El Marketing Digital es interactivo, es un marketing multidireccional que cambia su concepción original de empujar el mensaje al consumidor a atraer al consumidor hacia su mensaje, es más directo, económico y eficaz (Kotlet & Armstrong, 2008).

Charles W. Lamb, Joseph. Hair y Carl McDaniel (2006) definen al Marketing en dos fases, “la primera es una filosofía, una actitud, perspectiva u orientación administrativa que pone énfasis en la satisfacción del cliente. La segunda fase consiste en una serie de actividades que se utilizan para implementar esta filosofía”

La herramienta que ha permitido o ha facilitado la utilización del Marketing Digital es el Internet, ya que es un medio que permite alcanzar a millones de personas en cualquier parte del mundo.

El hablar de Marketing Digital supone aprovechar todas las ventajas del multimedia, es decir la combinación de varios medios, lo que brinda la posibilidad de crear un ambiente dinámico y atractivo en el cual se comunica e interactúa con el cliente en temas relacionados a la empresa, el producto o servicio. Utilizar Marketing Digital crea la oportunidad de atraer o captar el

100% de la atención del mercado objetivo, ya que es el cliente el que busca la información, interactúa con ella y llega a sus propias conclusiones.

El Marketing Digital también puede ser un medio eficaz para conseguir fidelización de los clientes, ya que a través del mismo se puede crear comunidades con intereses comunes, personalización de mensajes y retroalimentación de 360 grados. El Marketing Digital por su naturaleza y concepción permite integrar nuevos conceptos al marketing tradicional, como la personalización del mensaje, crear espacios para que el mercado participe de manera activa, etc. Con estos nuevos insumos de información también podemos predecir el comportamiento del mercado objetivo y segmentarlo por estilos de vida, beneficios buscados, etc. (Checa, 2012)

1.2.2 Herramientas del Marketing Digital

Luego de haber revisado varias fuentes de información, se llegó a la conclusión que las herramientas propuestas por Manuel Alonso Coto en su libro “El Plan de Marketing Digital”, son las más completas y comprensibles, por lo que se utilizarán como marco teórico para el presente trabajo.

Estas herramientas se encuentran clasificadas en las diferentes áreas en las que se aplica el Marketing Digital, las cuales se mencionan a continuación:

1.2.2.1 Product E – Marketing

Esta área se enfoca a las acciones orientadas a un producto o servicio o a una línea de ellos:

Marketing Viral: Es también conocido como publicidad boca a boca; busca incentivar a los individuos para que transmitan un mensaje comercial a otros, con la finalidad de una propagación rápida y extensa de dicho mensaje. Su implementación no requiere de mayor trabajo, ya que el mensaje es transmitido por acción de los individuos, pero es importante encontrar un atractivo clave para que la transmisión del mensaje tenga el éxito esperado. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

SEO / SEM: Search Engine Optimizer (SEO) consta de técnicas orientadas a optimizar los resultados directos de los buscadores y Search Engine Marketing (SEM) consta de técnicas destinadas a sacar el máximo partido de los enlaces patrocinados. Para el buen funcionamiento de estas herramientas, es importante determinar las palabras que los potenciales clientes pueden escribir en el buscador cuando buscan información relacionada a algún producto o servicio. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

Configurador Electrónico de Productos: Un configurador de productos en línea es un software dentro de una página web que permite al cliente, o potencial cliente, personalizar su producto de acuerdo a las opciones disponibles en la página.

Verificador Electrónico de Productos: Un verificador de productos es un sistema similar al configurador de productos, pero se enfoca en mostrar desde varios puntos de vista el producto para que el cliente, o potencial cliente, tenga una experiencia lo más real posible, de forma que se aproxime a una prueba física de producto. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.2 Markets E – Research

Esta área se enfoca en determinar customer insights para generar estrategias y tácticas referentes al producto o servicio:

VRM (Visitor Relationship Management): Esta herramienta complementa al CRM (Customer Relationship Management) con información de los visitantes de la página web cuya identidad no ha sido identificada, a través de la acumulación de los datos históricos de decisión del visitante, es decir, su comportamiento y preferencias al navegar por el sitio. Con esta información, se puede ofrecer productos y servicios más personalizados que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

e- Encuestas: También conocidas como e – Surveys, son utilizadas con el soporte del correo electrónico. Ayudan a la investigación de marketing en relación a los clientes, o potenciales clientes, en cuanto a sus necesidades, expectativas y preferencias.

Esta información permite una segmentación más adecuada que ayuda a la personalización de productos y servicios, con la finalidad de incrementar la satisfacción y fidelización de los clientes, mejorando el posicionamiento de la empresa. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.3 E – Promotion

Esta área está enfocada en acciones relacionadas a la promoción de un producto o servicio:

Gestión Electrónica del Punto de Venta: Esta herramienta guía a los visitantes del web site a productos o servicios de su interés y realiza promociones personalizadas de acuerdo a su histórico de compra. Los beneficios principales engloban un concepto de compra inteligente, en el cual el tiempo invertido por el comprador en el site es minimizado y su satisfacción es maximizada Además ayuda a automatizar la relación con el cliente en el punto de venta. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

Minisites Promocionales: Es un web site de tamaño reducido que funciona como auxiliar de un website principal y se utiliza para llamar la atención. En el minisite se detalla información específica de un producto o servicio.

Se utiliza para el lanzamiento de un producto, promociones especiales, para promocionar un producto estrella, por motivos de aniversarios, ocasiones especiales, etc. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

Podcasting: Es el acrónimo de public on demand y cast; consisten en archivos de sonido que son distribuidos online, que permiten ser descargados por usuarios registrados a diferentes portales web. Las empresas producen sus propios podcasts para promocionar sus productos y servicios o auspician podcasts de terceros para que su marca o sus productos y/o servicios se mencionen en los mismos. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.4 E – Audit

Esta área está enfocada en acciones para el control de marketing:

Esta herramienta es muy similar al CRM tradicional, pero su carácter digital le permite ser superior en cuanto a disponibilidad, accesibilidad, limitaciones horarias, geográficas y tecnológicas.

e – GPRs: También son conocidos como iGPRs. Los Gross Rating Points son una medida de audiencia publicitaria de un medio, buscan estimar razonablemente el número de usuarios que serán alcanzados a través de un medio online y correlacionarlo con el número de usuarios con compras efectivas. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.5 E – Commerce

Esta área está enfocada en acción comercialización productos y servicios:

Market Place: Conocido también como mercado digital o comunidad de comercio, es un portal de e – commerce B2B, en el cual se relacionan empresas compradoras y vendedoras de productos y/o servicios. Los principales beneficios son la colaboración, seguridad, estandarización, automatización y transparencia, de los procesos de comercialización. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.6 E – Advertising

Esta área está enfocada en acciones publicitarias relacionadas al producto o servicio:

Publicidad Contextual: Es un tipo de publicidad segmentada por su contenido y temática que integra enlaces publicitarios de los anunciantes, con texto, gráficos, imágenes o videos específicos. Es utilizada en páginas web generales, portales o medios digitales, en donde los anuncios contextuales son mostrados en función de palabras clave contenidas en la misma. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

Bluecasting: Consiste en difundir un mensaje (información/ beneficios de un producto y/o servicio, promociones, etc.) a cualquiera que pase frente a una valla o similar, dotado con un servidor bluetooth, con un dispositivo (celular, laptop, cámara digital, reproductor digital multimedia, etc.) con el bluetooth activado.

Rich Media Ads: Es una técnica de publicidad online que transmite con mayor detalle el concepto del producto o servicio ofertado, a través de la utilización de video, audio, animación y descarga de programas que interactúan con el usuario. Los principales beneficios de esta técnica son su atractivo, que llama la atención del visitante de la página web, y que es más fácil medir la interactividad del anuncio con el usuario. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

E – Mail Marketing: Utiliza el correo electrónico como medio para publicitar productos y/o servicios entre cliente, o potenciales clientes. Además, es utilizado para mantener el contacto con el cliente a lo largo de toda la relación comercial.

Los principales beneficios se relacionan con la interactividad, la personalización, el ahorro, la eliminación de limitantes geográficos y de horarios, etc. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.7 E – Branding

Esta área está enfocada en las acciones destinadas mejorar el reconocimiento de marca entre el target escogido:

Corporate Blogs: Las empresas manejan blogs corporativos con la finalidad de alcanzar objetivos empresariales relacionados con la marca, básicamente para mejorar el posicionamiento; además sirven como

herramientas colaborativas internas, en gestión de conocimiento, y externas para reforzar las relaciones con el público objetivo o los clientes.

1.2.2.8 Trade E – Marketing

Esta área está enfocada en acciones de distribución relacionadas al producto o servicio: Marketing de Afiliación:

Es una forma de distribución a través de Internet que se basa en comisiones a empresas que, a través de links en sus páginas webs, direccionan a un potencial comprador a la página web de la empresa vendedora o realizan ventas directas del producto y/o servicio.

Estos acuerdos de afiliación son conocidos como Programas de Afiliados, y son creados por las empresas vendedoras. Se manejan en diferentes modalidades, dependiendo del tipo de venta. Infomedarios: Es un sitio web que contiene información especializada sobre productos y/o servicios ofertados, así como también información de clientes potenciales. Busca distribuir información existente en un mercado, reunir compradores con vendedores, obtener información del público objetivo y de los clientes potenciales, etc. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

1.2.2.9 E – Communication

Esta área está enfocada en acciones comunicacionales relacionadas al producto o servicio:

Stakeholders Sites: Esta herramienta agrupa páginas web dirigidas a los stakeholders, básicamente a accionistas, empleados y distribuidores, por medio 16 de sitios de acceso semiprivado en los que se pueden revisar información de interés para cada grupo.

e – Salas de Prensa: Esta herramienta se utiliza para compartir información generada a nivel corporativo con personas, profesionales o empresas que estén interesadas en la misma.

Redes Sociales: Son estructuras sociales que agrupan personas con intereses y conocimientos comunes, relaciones, etc.

De acuerdo a esta agrupación se identifican las redes sociales de ocio y las profesionales. Esta herramienta ayuda a gestionar relaciones y a ampliar la base de contactos de un individuo o una empresa, así como publicitar productos y servicios en forma de banners y anuncios de texto.

Listas Distribución / RSS Marketing: RSS (Really Simple Syndication) Marketing, o sindicación de contenidos, contienen información que es enviada al cliente, o potencial cliente, del producto o servicio ofertado. Las listas de distribución se utilizan con el mismo fin, pero han sido reemplazadas en cierta medida por el RSS Marketing. (Checa, 2012, citado en Coto, 2009)

El marketing ha evolucionado de tal manera que el uso de Internet y de redes sociales es indispensable para poder llegar de mejor manera al

público objetivo. Esta evolución da paso al Marketing Digital que es aquel que utiliza medios digitales y multimedia para conseguir los objetivos planteados, por esta razón se ha convertido en un marketing interactivo y multidireccional.

El Marketing Digital crea la oportunidad de atraer o captar el 100% de la atención del mercado objetivo, ya que es el cliente el que busca la información, interactúa con ella y llega a sus propias conclusiones.

La tendencia se extiende a las técnicas y estrategias que son utilizadas por las instituciones para realizar las acciones de marketing, en primer lugar la creación de un sitio web oficial, esto para informar de manera seria a los interesados en la institución, dejar claro muchos aspectos organizativos, educativos, etc. y tener un sitio claro que le de importancia y protagonismo a la institución en la red; por otro lado se encuentra la presencia activa en las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) que permiten una relación más cercana y un mensaje más amable para los usuarios o posibles clientes de la institución educativa, esto además permite que el usuario exprese su opinión sobre la institución y si esta opinión es favorable, esto llevará a la vinculación de nuevas personas a la Universidad; la institución también debe tener presencia en los portales de búsqueda de formación, a través de los cuales los usuarios que no conocen la institución o que no se han interesado en esta, puedan enterarse e interesarse por vincularse a esta si cumple con sus expectativas de búsqueda; otras herramientas por las que se dan a conocer las instituciones en la red son los adwords de Google, el marketing en buscadores y el marketing a través de correo electrónico.

La educación no puede ser retrograda en cuanto a la comunicación de sus programas y de los beneficios sociales que ofrece, entre mejor implemente la nueva herramienta se hará más conocida y la institución se verá ampliamente beneficiada al atraer muchas más personas que están interesadas en los servicios que esta les puede ofrecer. (Avedaño, 2013)

2 INVESTIGACIÓN DE LA PUCE Y COMPETENCIAS

2.1 MACROAMBIENTE

2.1.1 Análisis PESTEL

2.1.1.1 Político

Un punto de partida dentro la educación superior del país fue reformar los consejos que regulaban las leyes del mismo, es decir, la “autonomía del sistema”, por esta parte los regulados terminaron siendo los reguladores. En efecto, tanto el ex Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) como el ex Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior (CONEA), órganos rectores del sistema, estuvieron conformados por rectores y/o autoridades universitarias donde tuvieron un periodo de 10 años.

Una de las disputas políticas más relevantes que se enfrentaron a partir de 2008, está relacionada, por un lado, con descorporativizar a los órganos rectores del sistema y, por otro, con la creación de una Secretaría de Estado dentro del Poder Ejecutivo nacional, cuya función consistiera en hacer política pública para el campo de la educación superior y para el complejo científico-tecnológico nacional. (Ramírez, 2013)

En efecto, luego de aprobada por referendo popular la Constitución de la República y de la expedición en 2010, bajo las disposiciones del nuevo marco constitucional de una novel Ley Orgánica de Educación Superior, se crea la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), encargada de elaborar y coordinar políticas públicas para el sistema, Asimismo, se establece el Consejo de Educación Superior (CES) y el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES). (Ramírez, 2013)

Es así como el SENEYCOT realizo un trabajo de investigación acerca de la Educación Superior de tercer y cuarto nivel en los cuales categorizo a las universidades en cinco niveles, en las cuales se destaca encontrándose en universidades de alto nivel la Pontifica Universidad Católica del Ecuador y por otro lado universidades deficientes en algunos de los aspectos como calidad de los docentes, infraestructura ambiente estudiantil, inversión tecnológica, carreras y pensum sobre valorados entre otros aspectos de esta forma en la actual agenda política y social, el debate sobre la calidad de la educación superior emerge con fuerza, definiendo a la universidad no solo como institución transmisora, sino, fundamentalmente, como productora de conocimientos.

2.1.1.2 Económico

Diversos estudios han revelado que la educación superior en Ecuador en los últimos veinte años se transformó en un mecanismo reproductor de la estructura social (Ramírez, 2010; Ramírez, 2011).

Únicamente accedían a esta los grupos socioeconómicamente más privilegiados. En este sentido, se sabía que la educación, como movilizador social ascendente y como constructora de una democracia armónica, solo podría alcanzarse si los más excluidos del país lograban integrar el circuito del conocimiento como actores líderes del mismo y no como simples receptores, consumidores u operarios. (Ramírez, 2013)

Sin embargo, la situación económica proviene desde finales del siglo XX y ha desencadenado en varios factores que han repercutido directamente en la educación superior.

Tanto la Constitución (2008) como el Plan Nacional para el Buen Vivir (2009-2013) proponen una integración latinoamericana y una inserción inteligente en el sistema mundial. Uno de los ejes de la propuesta de tal inserción radica en la construcción de redes de aprendizaje, conocimiento, innovación y creación social a escala regional y mundial.

A nivel latinoamericano se busca consolidar, a través del Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) y la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), la construcción de una agenda que

permita la libre circulación y movilidad de estudiantes, académicos e investigadores. (Ramírez, 2013)

De esta manera poder tener más ingresos al país ya que con la llegada de estudiantes internacionales, no solo se fomenta la educación si no la parte económica del país y llegar a ser reconocidos como un país donde adquirir medios académicos superiores.

En la crisis de movimientos sociales que vive el país y que antecede al actual Gobierno, podríamos tener la esperanza del surgimiento de un nuevo movimiento social universitario, que se constituya en un actor social consciente de la necesidad del cambio. Únicamente si opera una voluntad transformadora, que vaya más allá de la defensa y/o promoción de los intereses particulares –algo que ha dejado de suceder en general con los movimientos sociales en el país–, que busque articular (Ramírez, 2013)

2.1.1.3 Social

En el ámbito social el Consejo de Educación, Cultura, Ciencia, Tecnología e Innovación (COSECCTI), que fue creado durante la Presidencia pro témpore de Ecuador en la UNASUR (2009), sea el espacio idóneo para procesos de acreditación regional que garanticen la mutua confianza entre naciones, a fin de que se produzca movilidad de estudiantes, profesores e investigadores, resultan una pieza clave en el rompecabezas. La discusión de una agenda regional de investigación, apegada a las necesidades de

nuestros pueblos, es quizá uno de los principales acuerdos que se deberían impulsar en el seno de estos organismos.

En este marco, el Sistema de Educación Superior ecuatoriano, antes que una internacionalización a ciegas, debe buscar una endogeneización de la región en el marco de las necesidades de América Latina y de cada país.

La internacionalización de la educación superior, si bien ha sido vendida neutralmente, responde a una geopolítica mundial, como parte de buscar nuevos mercados de servicios en otros territorios del mundo por parte de los países más industrializados. La endogeneización regional de la educación superior y de la generación de conocimiento es una propuesta también geopolítica, enmarcada en la estrategia de construcción de un mundo multipolar y de integración latinoamericana, que se articula con todo el mundo, pero sabiendo cuál es su “sur”. (Ramírez, 2013)

2.1.1.4 Tecnológico

La actual oferta académica ha sido potenciada gracias a los avances tecnológicos que han aportado con la flexibilidad y con nuevas materias y temas a tratarse dentro de ellas la educación virtual.

La tecnología es un valor agregado dentro de la búsqueda de los programas de estudio a nivel internacional, ya que una buena opción como se propondrá en capítulos posteriores los estudiantes prospecto se inclinan a que la promoción e información llegue vía correo electrónico de esta

manera poder ofertar nuestras instalaciones con ventajas tecnológicas, videoconferencias, internet entre otros atributos.

2.1.1.5 Ecológico

Los programas a nivel internacional de la PUCE no tienen mayor impacto ambiental, por lo que este aspecto no se lo considera a mayor profundidad, sin embargo, dentro de las propuestas de obra social o materias electivas para estudiantes internacionales se podría implementar dichas actividades, lo cual se analizara en capítulos posteriores

2.1.1.6 Legal

Como se mencionó anteriormente, dentro del aspecto político y social y dada la importancia estratégica de la educación superior dentro de una nación, el aspecto legal confiere a que la actual ley ha creado dentro del sistema de educación superior la transformación de la educación superior no tiene sentido si no se busca concretar el orden social pactado por los ecuatorianos. No sería apresurado si señalásemos que el corazón para producir un acompañamiento de la universidad en la edificación de la sociedad del Buen Vivir reside en el cambio radical del régimen académico. Se puede tener una universidad híper-democratizada y de excelente calidad, pero si no existe un cambio de la episteme universitaria (y de su ética), en el marco de una autonomía responsable, será imposible llevar adelante la construcción del nuevo orden social.

Dicho de otra forma, si la universidad alcanza los estándares de cobertura en matrícula de los países industrializados (más del 60%) y de calidad, pero sin un cambio en el régimen académico, el país tendrá muy pocas probabilidades de construir una democracia humana sustentable social y ambientalmente. La episteme ética y pedagogía del aprendizaje tiene repercusión directa en el comportamiento del ciudadano. (Ramírez, 2013)

2.1.2 Análisis Demográfico

La educación superior constituye en la actualidad una de los instrumentos principales con que cuentan los poderes públicos en su intento de asegurar el desarrollo de sus países. El gasto público destinado a esta finalidad es considerado, por consiguiente, una inversión de futuro.

Analizando un panorama externo, los países desarrollados son aquellos que consideran a la educación como la base fundamental y principal de un desarrollo sustentable y sostenible con el tiempo. Entonces dentro de este contexto nos preguntamos porque el Ecuador se encuentra en un estado de crisis, culpando a los políticos y a la situación socio-cultural, la inestabilidad económica etc., sin darnos cuenta de que ninguna de ellas es la razón la única culpable de la inestabilidad de nuestro país es la falta de educación y de aprender de países subdesarrollados, que nos ayuden a ser un país en desarrollo y poder así obtener más estudiantes de intercambio el cual quieran obtener conocimientos con un nivel académico alto.

Siendo una buena opción la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, ya que es una de las entidades pioneras en brindar la oportunidad de desarrollo académico, apoyando así en el crecimiento profesional y personal de los jóvenes tanto nacionales como internacionales, caracterizándose desde el principio en la calidad de sus servicios y del alto nivel académico en sus diferentes escuelas.

2.1.3 Factores Geográficos

Los factores geográficos en el Ecuador actúan con diferente intensidad y en combinaciones distintas sobre los elementos y los hacen variar de una manera diferente originando los distintos tipos de clima:

El clima de la ciudad corresponde al clima subtropical de tierras altas, con muchas características continentalizadas que van desde climas áridos y templados hasta húmedos y fríos a la vez se divide en 2 estaciones o etapas; el invierno con un período de lluvias prolongado con mucha prevalencia de fenómenos atmosféricos y climáticos como el granizo. La estación seca de cuatro meses donde se presentan las temperaturas más altas. Quito siempre tiene un clima templado con temperaturas que van desde los 10 a los 27 °C.

Debido a que está a 2850 metros de altura y a que está ubicada en un valle cerca de la línea ecuatorial, Quito mantiene condiciones primaverales todo el año. De junio a septiembre las temperaturas suelen ser más cálidas, sobre todo durante la tarde, mientras que el resto del año la temperatura suele ser templada.

Quito, oficialmente San Francisco de Quito, es la capital política de la República de Ecuador, la más antigua de Sudamérica y de la Provincia de Pichincha, es la ciudad más grande y la segunda en población. Además, es la cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito y actualmente es considerada la capital económica del país. “Quito” (Wikipedia, 2016)

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador se encuentra ubicada en las Avenida 12 de Octubre y Veintimilla del Distrito Metropolitano de Quito, capital de la República del Ecuador. Por lo tanto, su ubicación al ser céntrica es favorable debido a su fácil acceso, beneficio para los estudiantes internacionales que quieran realizar sus estudios dentro de la misma, de esta forma la Universidad no trabaja basada en cambios climáticos p niveles de altura determinados, estos son factores que no tienen un grado de relevancia en las actividades desempeñadas dentro de la Universidad.

2.1.4 Factores Demográficos

Quito es la segunda ciudad más poblada de Ecuador, con 2'239.191 habitantes en el último censo ecuatoriano conducido el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

La población étnica de la ciudad es marcada por un aspecto diverso, por el hecho de las diversas etnias que conviven en la misma ciudad, mayormente conviven personas de raza mestiza junto a la blanca, esta última ha significado un enorme incremento junto a la asiática y la árabe desde 2003 aunque disminuyó en 2009, se ha mantenido como una de las más crecientes.” Quito” (Wikipedia, 2016)

Tabla 1: Población del Distrito Metropolitano de QuitoPoblación según los censos decenales del **Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)**

Censo nacional	Ciudad (solo parroquias urbanas)		Población del "Distrito Metropolitano" (desde 1993)
	Población	Hogares (viviendas)	
1950	209.932		319.221
1962	354.746		510.286
1974	599.828		782.651
1982	866.472		1.116.035
1990-11-25	1.100.847		1.409.845
2001-11-25	1.399.378		1.839.853
2010-11-28	1.619.432		2.239.191

Fuente: INEC

2.2 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

2.2.1 Amenaza de entrada a nuevos competidores

Dentro del mercado de educación superior de nuestro país, se ha podido notar que ha existido una relativa facilidad para formar instituciones de educación superior y para ampliar la oferta de carreras de las universidades ya existentes.

Dentro del mecanismo usado para la creación de nuevas universidades existen algunos requisitos, según la Ley de Educación Superior que se detallan a continuación.

CREACIÓN DE UNIVERSIDADES Y ESCUELAS POLITÉCNICAS

Art. 108.- Creación de universidades y escuelas politécnicas.- Las universidades y escuelas politécnicas públicas y particulares se crearán por Ley, previo informe favorable vinculante del Consejo de Educación Superior a la Asamblea Nacional.

El informe del Consejo de Educación Superior tendrá como base el informe previo favorable y obligatorio del organismo nacional de planificación quien lo presentará en un plazo máximo de 180 días.

Art. 109.- Requisitos para la creación de una universidad o escuela politécnica.- Quien promueva la creación de una universidad o escuela politécnica deberá presentar al Consejo de Educación Superior una propuesta técnico académica que contenga los siguientes requisitos:

1. Justificativo de los promotores del proyecto que demuestren su experiencia y vinculación con el Sistema de Educación Superior y la solvencia moral y ética, reconocida públicamente:
2. Propuesta de estructura orgánico funcional que incluyan los instrumentos técnicos administrativos plan estratégico de desarrollo institucional y proyecto de estatuto:
3. Es estructura académica con la oferta de carreras en modalidad de estudio presencial, que deberá ser diferente a las que imparten las universidades existentes en el entorno regional y que responda a las necesidades de desarrollo regional y nacional, sustentada en un estudio en el que se demuestre la necesidad de los sectores productivos, gubernamentales, educativos, ciencia, tecnología, innovación y la sociedad con el respectivo estudio de mercado ocupacional que justifique la puesta en marcha de la propuesta:
4. La propuesta técnica - académica debe contener el modelo curricular y pedagógico, las mallas y diseños macro y micro curriculares, perfiles profesionales, programas analíticos describiendo los objetivos, contenidos, recursos, forma de evaluación, bibliografía, cronograma de actividades, número de créditos, la diversidad pluricultural y multiétnica, la responsabilidad social y compromiso ciudadano;
5. Información documentada de la planta docente básica con al menos un 60% o más con dedicación a tiempo completo y con grado académico de posgrado debidamente certificado por el Consejo de Educación Superior, determinando la pertinencia de sus estudios con el área del conocimiento a impartir, la distribución de la carga horaria de acuerdo a la malla curricular;
6. Establecer la nómina de un equipo mínimo administrativo, financiero y de servicios, para dar inicio a las actividades, estableciendo documentadamente la relación laboral;
7. Estudio económico financiero, proyectado a cinco años, que demuestre que la institución contará con los recursos económicos-financieros suficientes para su normal funcionamiento:
8. Acreditar conforme al derecho la propiedad de los bienes y valores que permitan a la nueva institución funcionar en un espacio físico adecuado a su naturaleza educativa y de investigación, y que serán transferidos a la institución de educación superior una vez aprobada su ley de creación:
9. Para la creación de universidades o escuelas politécnicas públicas se deberá contar con la certificación del Ministerio de Economía y Finanzas para la creación de la partida presupuestaria correspondiente, que garantice su

financiamiento, sin menoscabo de las rentas de las demás universidades y escuelas politécnicas:

10. Infraestructura tecnológica propia y laboratorios especializados:

11. Contar con bibliotecas, hemerotecas, videotecas y más recursos técnicos pedagógicos que garanticen un eficiente aprendizaje: y.

12. Los demás requisitos que consten en el reglamento que para el efecto expida el Consejo de Educación Superior. “Ley de Educación Superior”, (CES)

A partir de estos hechos, la entrada de nuevos ofertantes de servicios de educación en el país se ha visto más complicada y los altos estándares de calificación en las categorías de las mismas, adicionalmente para que una universidad tenga éxito debe tener prestigio y este factor se logra a través de los años, los resultados de calificación a nivel nacional e internacional y la experiencia que tenga en el mercado.

Existen muchos factores que pueden constituir barreras de entrada como mercados altamente exigentes con mercados explorados; la contratación de personal docente calificado con las debidas exigencias de acreditación CEAACES para poder calificar que juega un papel muy importante a la hora de escoger una universidad de nivel académico alto.

En consecuencia, debido a los últimos cambios leyes y regulaciones de la Ley de Educación Superior la amenaza de entrada de nuevos competidores va a ser relativamente baja.

2.2.2 Poder de Negociación de los Proveedores

Se considera los proveedores dentro de la educación superior es el personal docente. A través de ellos se forjan los conocimientos y metodología ya que son parte fundamental del producto ofertado.

La calidad de los mismos se producirá en la calidad de información y formación otorgada a los estudiantes y esto se traduce hacia la calidad de los futuros profesionales dentro de la economía nacional e internacional.

También se consideran proveedores a quienes entregan implementos y suministros. Considerando a los que podrían ayudar dentro del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE a Nivel Internacional a proveedores de folletos, material de promoción, proveedores de Internet, entre otros que ya han sido calificados y que la Universidad ya trabaja con ellos, por lo que se está realizando un plan con empresas que han realizados trabajos para la Universidad y que han sido aprobados por las mayores instancias como la Dirección Comercial Institucional y Relaciones Públicas de la PUCE.

2.2.3 Poder de Negociación de los Compradores

En el mercado de la educación superior, los compradores son parte fundamental en la toma de decisiones de la PUCE, los potenciales compradores en su mayoría son los estudiantes internacionales que desean desarrollarse profesional y personalmente, para lo cual invierten en una mejor educación al querer relacionarse con el país y la cultura del mismo.

Los compradores tienen muchos perfiles socioeconómicos y culturas diferentes al ser un plan a nivel internacional es por esta razón que la oferta es muy variada dentro de la industria, a tal punto que la PUCE debe segmentar su mercado para enfocarse a un grupo específico.

El precio que se incurre para invertir en un programa de educación internacional es otro discriminante dentro de los potenciales compradores, y la apertura de posibilidades de financiamiento o becas para los mismos.

De tal manera la elección de una Universidad para realizar estudios a nivel internacional dependerá de las preferencias del prospecto, en algunas instituciones, características ofertadas como horarios, modalidad, flexibilidad, idiomas.

Por lo tanto, son varios aspectos, en los que engloba la decisión del comprador como tanto socioeconómico como parte influyente y preponderante de la elección, e inclusive pasando por alto otros aspectos y beneficios ofertados.

Debemos analizar los medios de promoción que se están manejando debido a la gran cantidad de publicidad que emite la competencia ya que esto puede afectar el ingreso de productos sustitutos debido a que en la actualidad la competencia ofrece lo mismo, a menor precio y menor tiempo de esta manera lograr conseguir más compradores.

2.2.4 Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos

Los potenciales clientes pueden optar por otro tipo de educación que promueva de igual manera su formación profesional y personal, sustituyendo la educación universitaria por cursos o escuelas de idiomas, congresos, seminarios entre otros. Mucho de estos productos sustitutos son por lo general a un menor precio, con una amplia gama ofertada con diversa calidad y características y al alcance económico y formas de financiamiento.

Sin embargo, una de las ventajas que tiene la PUCE es el prestigio ganado a través de los años y el ranking que tiene a nivel mundial, lo cual es una ventaja para la Universidad por ende es necesario aprovechar de este prestigio tomando en cuenta que la competencia que ofrece productos sustitutos ataca con publicidad masiva con el fin de conseguir la mayor cantidad de clientes posibles, ofertando beneficios y convenios internacionales con facilidad.

2.2.5 Rivalidad entre los competidores

La rivalidad en el sector de la educación superior es bastante fuerte, debido a que existe gran cantidad y variedad de ofertantes a nivel nacional existen un total de 71 universidades entre públicas y privadas que luchan por ganar prestigio y un lugar significativo en el mercado de la educación.

A pesar de que existen numerosos competidores en este sector, no todos se encuentran bien posicionados dentro de las mismas categorías en que la PUCE un ejemplo de esto es la ubicación de las misma, según QS TOP

UNIVERSITIES ubicando a nivel mundial en el puesto número 701 siendo la Universidad que encabeza la lista de las Universidades ecuatorianas por lo tanto, eso constituye una ventaja competitiva, ya que varias universidades no cuentan con el prestigio ni el renombre con el que cuenta la PUCE, a pesar de que puedan ser más atractivas a nivel económico y de convenios internacionales.

Obtener ventaja por sobre los competidores es la diferencia del producto. A pesar de que el CES dictamina cuales deben ser los requerimientos mínimos de una carrera, las carreras que ofrecen las universidades varían entre si un ejemplo de esto en algunas universidades, las carreras alternativas son su mayor atractivo, mientras que en otras las carreras tradicionales son su fuerte.

Para una nueva institución educativa es difícil entrar a competir en este mercado por los costos fijos elevados que implica abrir una universidad, y los gastos de inversión que representa la misma para quien quiera incursionar en este mercado por lo contrario las universidades establecidas se encuentra bien posicionadas y definidas.

2.3 ANÁLISIS FODA

Para determinar cuáles son las debilidades y amenazas de la Oferta académica de la PUCE a nivel internacional, como parte de mi investigación de campo mantuve entrevistas con algunos expertos que fueron de gran aporte para la determinación de mi análisis FODA

2.3.1 Análisis interno

2.3.1.1 Fortalezas

- Los profesores son muy cálidos con los estudiantes extranjeros de tal manera que los estudiantes se sienten satisfechos con la educación recibida.
- Ser una Universidad humanista, cristiana, y cuanto al ser humanística, no solo tener formación en áreas duras como biología, física, química sino en áreas sociales como filosofía, teología, sociología, historia, en medicina es decir la gran oferta académica y diversa que convierte a la PUCE en una universidad completa, con una oferta académica muy amplia.
- Fortaleza en investigación de algunas unidades académicas como la facultad de biología ya que capta investigadores extranjeros, gente que quisiera trabajar en proyectos conjuntos, se cuenta con la estación científica de Yasuni y el centro de enfermedades crónicas y muchas importantes investigaciones que realizan muchas unidades académicas.
- Prestigio de la Universidad que ha mantenido durante más de sesenta años de existencia y que a través de ello ha logrado un sólido posicionamiento a nivel nacional e internacional como una universidad seria y un alto nivel académico.

- La PUCE es una unidad dinámica por los viajes que se están realizando se están reactivando convenios con otras entidades.

2.3.1.2 Debilidades

- Poca promoción tanto nacional como internacional, crecer en el número de convenios internacionales, no existen muchos convenios y si están vigentes no están los suficientemente promocionados.
- No se cuenta con publicidad y el sistema de hoy lo exige, debería contar con grandes vallas con cuñas publicitarias que a diferencia de las otras universidades si lo hacen.
- No se tiene un enfoque claro de que es lo que quiere la PUCE, se espera a que lleguen los usuarios a la Universidad por si solos, pero no se sale a buscar usuarios.
- No se cumple con una función social al momento de ver costos y se deja ir a la franja que más aportaba a la universidad, debido a que no se muestra y no se vende la imagen como la universidad que es.
- La competencia está bien enfocada debido a que saben que proyectar, se han dedicado a vender la internacionalización en el ecuador y manejan conceptos diferentes con respecto a la educación.

- Incapacidad de salir a promocionar o salir a vender, la PUCE no es exclusiva.
- Falta de comunicación interna, no hay mucha comunicación dentro, no se reconocen a los profesionales.
- La Investigación que realiza la PUCE no se ha potenciado no se ha mostrado al público.
- El trato que recibe el estudiante no es bueno, se han recibido bastantes quejas, debido a que algunos alumnos extranjeros no hablan el idioma nativo.
- La página Web no tiene traducción en otros idiomas, y la información no está actualizada.
- El currículo aun no es flexible, hay dificultades en la equiparación de créditos, y esto hace difícil que un estudiante venga a la PUCE porque posiblemente no se adapten a la exigencia que tiene el estudiante, en convalidación de materias.
- La situación económica, los costos para los estudiantes extranjeros es más alta que para los estudiantes nacionales, por lo cual se debería revisar la política de costos para que se haga más accesible.

- No se cuenta con una residencia universitaria como posiblemente lo tienen otras instituciones de nivel superior, convenios con casas de acogida, pero podríamos en el nuevo campus de Nayon pensar en una residencia que favorezca el intercambio.

2.3.2 Análisis Externo

2.3.2.1 Oportunidades

- El campus universitario ya que es sumamente amplio, cuenta con siete hectáreas y está en un sitio estratégico de Quito.
- La calidad académica que cuenta la Universidad a pesar de que esta en categoría B debido a que la calificaron como un sistema dentro de un todo, sin embargo, esto no influye en la misma de manera que no se compara a otras universidades.
- La PUCE cuenta con carreras que otorgan a los estudiantes a vincularse más rápido con la sociedad y la naturaleza, como es el caso de medicina, química y biología.
- El prestigio, es una universidad reconocida por el hecho de ser Pontificia Universidad Católica y ser parte de algunos organismos que forma parte como la AUSJAL, la misma que hace convenios con otras universidades de esta red, donde pasa un semestre o dos y los estudiantes pueden ir a realizar sus estudios con este convenio.

- El título es bastante reconocido a nivel internacional, ya q en otros países dentro de las universidades reconocidas potencialmente en ecuador esta la PUCE dentro de los primeros lugares.
- Somos una universidad de prestigio, el QS siempre nos ha ubicado dentro de las 100 primeras, los convenios internacionales.
- Calidad académica de nuestros docentes y estudiantes, siempre será una garantía para que la PUCE sea valorada fuera del país.
- Oportunidad de hacer promoción en las universidades que tenemos convenios, ir a las embajadas.
- Incrementar recursos humanos y económicos haciendo una inversión y con estos recursos aplicarlos en viajes, convenios, casas abiertas, foros internacionales, haciendo una promoción y actividades BTL.
- La moneda que manejamos le da cierta estabilidad al estudiante.

2.3.2.2 Amenazas

- En el pasado se tenía más estudiantes extranjeros, pero sistemáticamente la PUCE no cuenta con un plan de propaganda o promoción, de las facilidades que tiene la misma y los beneficios que tendría un estudiante que viene a estudiar al Ecuador.

- La Dirección de Relaciones Publicas y Comunicación ha hecho enormes esfuerzos, pero nunca han tenido el respaldo de las autoridades donde ponen líneas muy claras en el que debemos mejorar nuestra imagen a nivel público.
- No se debería tener una categoría extranjeros ya que es sumamente alta y esa es la peor estrategia de mercado que podemos tener, se debería analizar la situación socioeconómica en el país del estudiante de esta manera que resulte atractivo venir a estudiar en la PUCE, buena calidad y sustancialmente más barato.
- La página de la PUCE no refleja modernidad y desafortunadamente existe la competencia y la evolución y los que no evolucionemos estamos destinados a la extinción.
- No hay un presupuesto como área de promoción y no se cuenta con el recurso humano necesario para poder realizar una buena promoción en comparación a las otras universidades.
- Debido a la estructura organizacional la PUCE es una entidad lenta, ya que no se adapta rápidamente al cambio, en el marco de las relaciones internacionales se tenía una cantidad interesante de convenios, pero con el pasar del tiempo otras universidades llegaron hacer hincapié en esta área y la percepción de las otras universidades muestra que ellos tienen más convenios y que son mejor, por lo tanto, la gente de afuera piensa que hay más convenios en otras

universidades un ejemplo de esto es la Universidad San Francisco, ellos cuentan con una gestión eficiente de convenios y tienen mucha relación con otras universidades.

Tabla 2: FODA PUCE

Fortalezas	Oportunidades
Prestigio Calidad de la Educación Universidad Humanistas Reconocidos por Investigación	Campus Universitario Reconocimiento de Título a nivel internacional Prestigio QS Convenios Moneda
Debilidades	Amenazas
Oferta Académica Limitada Falta de Comunicación Interna Pocos recursos para promoción Competencia Actualización Web Paradigmas PUCE	Poca información específica de la PUCE Costos para extranjeros La página PUCE no refleja modernidad Estructura organizacional lenta

2.4 ENTREVISTAS

2.4.1 Entrevista a Expertos Internos y Externos

Con el objetivo de conocer la situación actual y a su vez poder determinar un análisis FODA a nivel internacional de la PUCE, se seleccionó a distintos expertos, entre decanos y directores de promoción o relacionados a la misma, para poder conocer de primera mano la situación en la que se encuentra la unidad académica.

De tal manera que fue importante concertar una cita con cada experto y llevar a cabo la entrevista personalizada, con un cuestionario relacionado al tema a ser investigado.

Las preguntas diseñadas para este propósito fueron:

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?
2. ¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?
3. ¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?
4. ¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?
5. ¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?
6. ¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?
7. ¿Qué considera que se deberíamos mejorar?

8. ¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?
9. ¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?
10. ¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?

Las personas entrevistadas fueron:

Tabla 3: Entrevista a Autoridades de la PUCE

Entrevistado	Cargo
Mg. Yohanna Piedra	Directora de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas
Mg. David Sotomayor	Director de Relaciones Internacionales
Dr. Hugo Navarrete	Decano de la Facultad de Ciencias Exactas
Dr. Carlos Acurio	Ex Director General Académico
Mg. Cristián Viveros	Personal de Coordinación de Promoción
Mg. Diego Andrade	Personal de Coordinación de Promoción

2.4.2 Resultados de las Entrevistas

Entrevistado: Mg. Yohana Piedra, Directora de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas.

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?

De acuerdo a la entrevista y desde su punto de vista la universidad tiene convenios con la red de Jesuitas con la Universidad Alberto Albornoz (UAH) ya que cuenta con ciertas materias de pregrado que se puede realizar intercambios y existen convenios que se dan de forma rápida con costos bajos, mismos que han sido testimonios de estudiantes de la PUCE mediante Relaciones Internacionales.

2. ¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?

Llevar a cabo lo que hace el actual Rector y el Director de Relaciones Internacionales, viajar fuera del país para buscar nuevos convenios con extranjeros realizando visitas de manera personal ya que es importante transmitir las emociones al momento de intercambiar ideas y mantener el contacto humano de esta forma ver la posibilidad de buscar nuevos convenios.

3. ¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?

La universidad tiene conocimientos actuales y académicamente mantiene bases sólidas en la educación, formando profesionales exitosos.

4. ¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?

Dentro de las oportunidades se encuentra:

El campus universitario ya que es sumamente amplio, cuenta con siete hectáreas y está en un sitio estratégico de Quito

La calidad académica que cuenta la Universidad a pesar de que esta en categoría B debido a que la calificaron como un sistema dentro de un todo, sin embargo, esto no influye en la misma de manera que no se compara a otras universidades y que cualquier Universidad se sentirá orgullosa de tenerla.

5. ¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?

- Calidad académica.
- Campo estratégico al estar en el centro y norte de la ciudad.

- Los profesores son muy cálidos con los estudiantes extranjeros de tal manera que los estudiantes se sienten satisfechos con la educación recibida.
- Los extranjeros se quedan fascinados por el país.
- Contamos con credibilidad académica a nivel público.

6. ¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?

Tenemos que promocionarnos más crecer en el número de convenios internacionales, no existen muchos convenios y si están vigentes no están los suficientemente promocionados.

No se cuenta con presupuesto para la misma el departamento de Comunicación emite síntesis informativa completamente gratis diariamente, mientras que la competencia saca publicidad pagada, de esta manera se logró economizar \$248000 en noticias no pagadas en el año 2015

No tenemos publicidad y el sistema de hoy lo exige, deberías contar con grandes vallas con cuñas publicitarias que a diferencia de las otras universidades si lo hacen.

7. ¿Qué considera que se deberíamos mejorar?

Innovarnos en crear nuevas carreras que el mercado lo exige.

8. *¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?*

Contar con testimonios, con convenios y dar a conocer a la Universidad.

9. *¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

Comunicar como es el país, saber que cultura tenemos con una posible conversación vía online poder llegar a los estudiantes de fuera, contar con testimonios mediante redes sociales de chicos que han estudiado en el extranjero y dar testimonio de que contamos excelentes conocimientos.

10. *¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?*

Debería haber una plataforma interactiva de estudiantes para conversar vía online con base de datos disponible abiertas donde se pueda escoger a los estudiantes por facultad y de esta manera las persona que están fuera puedan preguntar desde el país otorgando confianza para los extranjeros.

Fomentar la comunicación con los estudiantes de fuera para que sea mutuo el conocimiento o se dé un posible intercambio.

Mejorar la página Web y publicitarla dando a conocer los eventos que realiza la PUCE

Entrevistado: Dr. Hugo Navarrete, Decano de la Facultad de Ciencias Exactas.

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?

No tengo conocimiento de que exista algún tipo de propaganda sin embargo como Facultad, la mejor carta de presentación para tener estudiantes extranjeros es el trabajo y la investigación que hacemos en la PUCE.

En el pasado se tenía más estudiantes extranjeros, pero sistemáticamente la PUCE no cuenta con un plan de propaganda o promoción, de las facilidades que tiene la misma y los beneficios que tendría un estudiante que viene a estudiar al Ecuador.

2. *¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?*

Deberíamos hacer una lista de las posibles ventajas comparativas dependiendo del país al que nos enfoquemos o la región, determinar que

tenemos de diferente y podamos así convencer a los alumnos que desarrollen sus estudios en la PUCE.

Deberíamos tomar en cuenta que carreras de la PUCE tienen un nivel que sea internacionalmente competitivo y con esto hacer una mirada interna y crítica ya que estoy seguro que estamos a nivel de cualquier otra carrera a nivel del mundo y un ejemplo de esto es LAI, que es una carrera que debería ser muy publicitada.

3. ¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?

Hay que ser objetivos, la PUCE no se ha promocionado a nivel nacional por tal motivo ni si quiera se lo ha hecho a nivel internacional.

Tenemos competencia y una de las estrategias que usan es presentarse como lo mejor de lo mejor.

Nos creemos ser los mejores, y no mostramos lo que verdaderamente somos, la propaganda que tenemos desde mi punto de vista, creo que más quita que lo que da.

Tenemos cosas muy buenas internas, pero la promoción de imagen está en contra nuestra ya que hace falta presupuesto, y una política clara de promoción de imagen.

La Dirección de Relaciones Públicas y Comunicación ha hecho enormes esfuerzos, pero nunca han tenido el respaldo de las autoridades donde ponen líneas muy claras en el que debemos mejorar nuestra imagen a nivel público.

Debemos mostrar el prestigio, y dar una buena imagen, encontrar un equilibrio entre lo que la sociedad necesita y busca y entre lo que nosotros somos y ofrecemos.

No se ha modernizado ni si quiera el mensaje de ingreso.

4. ¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?

Tenemos grandes ventajas competitivas como biología, química y medicina donde los estudiantes pueden estar en el campo tener contacto con la naturaleza, en el caso de química es la única Universidad que cuenta con esa carrera en el Ecuador y con lo que respecta a medicina los estudiantes desde muy tempranos estudios están en contacto con los pacientes y eso no existe en el extranjero.

5. ¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?

Tenemos fortalezas, pero no las mostramos y creemos q somos famosos que no necesitamos mostrar nada.

Debemos ver a qué mercado nos vamos a enfocar y observar que ventajas tenemos sobre ellos, sin embargo, el mercado latinoamericano no es un buen mercado para nosotros, tiene que ser el mercado gringo y el europeo primero por costos y esto implicaría ofertar idiomas que les ayude a aprender el idioma y después de ello puedan seguir el ritmo de las clases de una carrera.

6. ¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?

Se quiere arrancar con convenios junto a la Universidad de Loyola haciendo intercambios, pero aún no se ha concretado, debido a que la Dirección de Relaciones Internacionales era dura

No tenemos un enfoque claro de que es lo que queremos, si no tenemos un enfoque claro de que es lo que queremos en el país, no sabremos qué es lo que quieren nuestros usuarios, esperamos a que lleguen nuestros usuarios no salimos a buscarlos.

No cumplimos con nuestra función social al momento de ver en costos y dejamos ir a la franja que más aportaba a la universidad, debido a que no nos mostramos, no vendemos la imagen como la universidad que somos.

La competencia está bien enfocada debido a que saben que proyectar, se han dedicado a vender la internacionalización en el ecuador y manejan conceptos diferentes con respecto a la educación.

Incapacidad de salir a promocionar o salir a vender, no somos exclusivos.

7. ¿Qué considera que se deberíamos mejorar?

Proyectar una buena imagen para los extranjeros y no por el hecho de ser extranjeros debería tener una tasa más alta de esta manera hacerle sentir que se lo trata como persona y no como un negocio.

No deberíamos tener una categoría extranjeros ya que es sumamente alta y esa es la peor estrategia de mercado que podemos tener, deberíamos analizar su situación socioeconómica en su país que resulte atractivo venir a estudiar en la PUCE, buena calidad y sustancialmente más barato.

Deberíamos tratar al extranjero como uno de nosotros, debería entrar dentro del sistema de pensión diferenciada.

Deberíamos enfocarnos al mercado norteamericano, debido a que en Europa los costos son más bajos que en nuestro país.

Se puede tener una educación de excelente calidad, con costos para los extranjeros comparativamente hablando muchos más económicos que en EEUU y Europa.

8. ¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?

Tener una estrategia de mercadeo, proyectar una imagen como de una universidad de elite y de líderes.

9. ¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?

Deberíamos usar estrategias de marketing, usar publicidad en redes sociales, pagar a buscadores para que podamos aparecer primeros como universidad en el ecuador.

La página de la PUCE no refleja modernidad y desafortunadamente existe la competencia y la evolución y los que no evolucionemos estamos destinados a la extinción.

10. *¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?*

Podemos tener buenas oportunidades en los Estados Unidos haciendo una campaña publicitaria sostenida con un buen presupuesto para poder ver efectos en al menos cinco años.

Se necesita la decisión de invertir en cambio y promoción de imagen con por lo menos un presupuesto entre uno \$500.000,00 sostenidos por los próximos tres o cuatro años para poder robustecer a la universidad.

Crear un buen ambiente y realizar convenios con otras universidades y poder tener más estudiantes de intercambio.

Masificar los intercambios, abrir ofertas donde se pueda reconocer los créditos en nuestra universidad con estudiantes extranjeros.

Entrevistado: Mg. Cristián Viveros, Profesional de Personal de Promoción.

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?

La información de intercambios en el pasado era básica, tal vez por falta de presupuesto no se ha logrado difundir como se debería, por ejemplo, otras universidades explotan más su promoción tal como convenios internacionales, experiencias, testimonios.

Antes por falta de presupuesto aun no tenían una difusión en los canales correctos, en el presente se ha intentado cambiar esto, empezando con recolección de experiencias de estudiantes que se han ido a estudiar maestrías, intercambios o cursos de verano etc., para difundir esta información.

2. *¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?*

Una gran pregunta para responder esto es por qué los estudiantes extranjeros tenían que pagar un valor diferente al valor que pagaban los ecuatorianos. En la actualidad ellos ya pagan la misma matrícula, se eliminaron las categorías X2, no me parecía justo ya que en la universidad donde realice mi maestría en Francia y pagaba lo mismo que cualquier estudiante de cualquier parte del mundo, por tal motivo no sabía el punto de cobrarles más debido a que esto provocaría que los estudiantes extranjeros escojan otra universidad.

Encontrar los canales correctos para explotar los intercambios como lo hacen otras universidades, el manejo de redes sociales interactuar con todas las incógnitas que tengas los chicos a través de Facebook, por ejemplo, tener una persona que pueda atender las dudas de todas las partes del mundo estado ahí todo el tiempo receptando solicitudes e información.

3. *¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

El área de promoción empezó desde la dirección de admisiones, que solo era el área encargada de tomar los exámenes de ingreso, esta área vio la necesidad de informar a los colegios y una persona se encargaba de difundir la información y organizar la casa abierta.

En el 2010 se vio la necesidad de implementar personal debido al crecimiento de otras universidades y competencia, ya que antes solo bastaba con un anuncio de prensa de la PUCE y los estudiantes venían debido al prestigio, pero con el tiempo esto fue cambiando y el número de aspirantes disminuyó, por lo tanto, se contrató a otra persona encargada de marketing, y se realizaba estudios de mercado, impacto de la demanda, la percepción de la PUCE, y nuevos estudios de la preferencia de estudiantes a quintil superior.

Se empezó a hacer todo el manejo de redes sociales a nivel básico ya que las mismas se manejan de lunes a domingo, y solo lo hace una persona.

En el 2014 se me contrato y ya estuvimos dos personas encargadas de marketing, se empezó a trabajar un poco de relaciones internacionales contenidos de redes sociales, sin embargo, se necesita el apoyo de comunicación para lo cual lo hace otra persona adecuada, del departamento de comunicación, se ha está haciendo entrevistas a ex alumnos para poder captar más la percepción y así comunicar a nuevos estudiantes.

Sin embargo, el presupuesto y el personal es bastante limitado en comparación a otras universidades donde cuentan con más recursos para poder realizar una buena promoción.

4. *¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

Contamos con el prestigio, somos una universidad reconocida por el hecho de ser Pontificia Universidad Católica y ser parte de algunos organismos que formamos parte como la AUSJAL, la misma que hace convenios con otras universidades de esta red, donde pasa un semestre o dos y los estudiantes pueden ir a realizar sus estudios con este convenio.

El título es bastante reconocido a nivel internacional, ya q en otros países dentro de las universidades reconocidas potencialmente en ecuador esta la PUCE dentro de los primeros lugares.

5. *¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

- Contar con profesores calificados
- Buena infraestructura
- Buenos profesionales
- Reconocimiento
- Prestigio

6. *¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?*

- Presupuesto para promoción.

- Falta de comunicación interna, no hay mucha comunicación dentro, no se reconocen a los profesionales.
- La Investigación que realiza la PUCE no se ha potenciado no se ha mostrado al público.
- El trato que recibe el estudiante no es bueno, se han recibido bastantes quejas, debido a que algunos alumnos extranjeros no hablan el idioma nativo.
- La página Web no tiene traducción en otros idiomas, y la información no está actualizada.

7. ¿Qué considera que se deberíamos mejorar?

- Buscar presupuesto.
- Mejorar testimonios estudiantes extranjeros y compartirlo a través de redes sociales.
- Potencializar herramientas para poder tener acceso con estudiantes y profesores y así poder comunicarnos con otras universidades que no están en nuestra red.

8. ¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?

Primero realizar un estudio de mercado para ver que carreras son las que los estudiantes extranjeros prefieren, para lograr captar cual es el nicho de mercado, con fuentes de información primaria y secundaria.

Después realizar estrategias de marketing para saber cómo captar el nicho de mercado como el uso de redes sociales, videoconferencias con universidades de afuera y así captar estudiantes que están interesados en venir, poder tener potenciales clientes.

Potenciar el uso de Smartphone, tener una especie de CRM para que los estudiantes de fuera puedan recibir toda la información que necesiten.

9. ¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?

La información no está exportada, la página Web no es clara, se debería mejorar la información que esta explicada en la página Web.

Trabajar en las redes sociales para poder tener una sinergia mediante Facebook LinkedIn.

10. ¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?

Se debe capacitar al personal en idiomas sobre todo en el idioma inglés.

Hacer que la dirección de relaciones internacionales tenga un poco más de peso en la universidad debido a que aún no tiene el peso suficiente, sobre todo en la parte de posgrados.

Realizar una malla curricular que tenga una formación enteramente en inglés, una carrera solamente en inglés o un posgrado en inglés, debido a que muchos estudiantes internacionales de muchas partes del mundo que quisieran venir a Ecuador siendo un destino turístico líder a nivel de Latinoamérica.

Existe bastante potencial para generar un MBA genérico, crecer en otro tipo de posgrados, en biología ya que hay potencial que se debería explotar.

Entrevistado: Dr. Carlos Aucurio, Ex Director General Académico.

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?

La facultad de medicina, desarrolla concursos para que estudiantes de la universidad viajen a otros países, existen convenios uno a uno en donde los estudiantes que van tienen que después recibir estudiantes extranjeros, por

tanto, uno de los mecanismos que usa la universidad para internacionalizarse son los convenios con universidades afines como la USJAL, ODUICAL, FIUC.

En el caso específico de medicina se han firmado varios convenios para que estudiantes vengan hacer sus pasantías, y de la misma forma la PUCE enviaba a alumnos de medicina hacer rotaciones una de ellas es la PUCE Chile.

Sé que otras facultades desarrollan posibilidades abiertamente al intercambio, como LAI, donde siempre se encuentran estudiantes extranjeros.

2. *¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?*

Diseñar una política de internacionalización de la universidad.

Fortalecer la Dirección de Relaciones Internacionales para que pueda tener un mejor y articulado trabajo con las unidades académica, muchos convenios se firman, pero no se ejecutan.

Poner a personas específicas en cada unidad académicas que se encargue de la internacionalización me parece importante.

Mejorar el seguimiento a graduados que están fuera del país, para que ellos se conviertan en embajadores de la PUCE.

Presentar ofertas oportunas, convenientes, para estudiantes extranjeros, que sea atractivo venir a la universidad esto sucede mucho con estudiantes asiáticos y norteamericanos que quieren conocer cultura ecuatoriana, que es un país de paz, hermoso, biodiverso, entonces deberíamos de alguna manera ofertar el país y la universidad de mejor manera.

Internacionalización del currículo, ir hacia una acreditación internacional de nuestras carreras, que se nos conozca más fuera de la universidad y que nuestros currículos puedan estar ser equiparados con currículos de otras universidades, dé tal manera que estudiantes que están cursando en cualquier parte del mundo puedan venir a tomar créditos a nuestra universidad.

3. ¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?

Debemos potenciar la red USJAL, tener o mayor contacto, muchas veces somos más pasivos, esperamos a recibir ofertas, donde se exige que el cuerpo académico vaya a una formación de cuarto nivel, más hemos buscado hacia afuera que ofertar hacia adentro, y deberíamos potenciar nuestra formación de postgrado para que los estudiantes extranjeros quieran venir la formación de cuarto nivel.

Hacer postgrados internacionales, en el caso de medicina por ejemplo se está trabajando en un doctorado en salud pública latinoamericano y esto crea redes con otras varias universidades, construye programas conjuntos y esto

enriquece el proceso de formación, potenciar el cuarto nivel y trabajar más los doctorados.

4. *¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

Somos una universidad de prestigio, el QS siempre nos ha ubicado dentro de las 100 primeras, los convenios internacionales.

Ser una Pontificia Universidad Católica nos abre las puertas, la red USJAL, y los convenios que se están abriendo permanentemente, es una gran oportunidad.

Calidad académica de nuestros docentes y estudiantes, siempre será una garantía para que la PUCE sea valorada fuera del país.

5. *¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

Ser una Universidad humanista, cristiana, y cuanto al ser humanística, no solo tener formación en áreas duras como biología, física, química sino en áreas sociales como filosofía, teología, sociología, historia, en medicina es decir la gran oferta académica y diversa que convierte a la PUCE en una universidad completa, con una oferta académica muy aplica.

Fortaleza en investigación de algunas unidades académicas como la facultad de biología ya que capta investigadores extranjeros, gente que quisiera trabajar en proyectos conjuntos, tenemos la estación científica de Yasuni y el centro de enfermedades crónicas y muchas importantes investigaciones que realizan muchas unidades académicas.

6. *¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?*

El currículo aun no es flexible, hay dificultades en la equiparación de créditos, y esto hace difícil que un estudiante venga a la PUCE porque posiblemente no se adapten a la exigencia que tiene el estudiante, en convalidación de materias.

La situación económica, los costos para los estudiantes extranjeros es más alta que para los estudiantes nacionales, por lo cual se debería revisar la política de costos para que se haga más accesible.

No contamos con una residencia universitaria como posiblemente lo tienen otras instituciones de nivel superior, convenios con casas de acogida, pero podríamos en el nuevo campus de Nayon pensar en una residencia que favorezca el intercambio.

7. *¿Qué considera que se deberíamos mejorar?*

Deberíamos mirar más hacia afuera como universidad, considerar que la internacionalización es puntual para nuestro desarrollo, nos falta tomar conciencia, ser más sensibles en este aspecto, siempre se está hablando casa adentro y no vemos necesario todavía realizar la internacionalización, muy pocas facultades tienen una acreditación internacionalidad, debemos potencializar la relación con universidades extremas cercanas como; Colombia, Perú, Chile, Argentina, debemos dar ese salto hacia la internacionalización.

Debemos vencer el tema de idiomas el inglés, francés, chino y portugués potencializar la relación con Brasil, el nivel de idiomas se necesita capacitar a los docentes y fortalecer el vínculo con universidades extranjeras tanto a nivel académico, docente y como de investigación

8. *¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?*

Tener proyectos específico que nos permitan tener claridad de hacia dónde vamos, estudiar que han hecho otras universidades con éxito por ejemplo la Universidad Católica de Chile, vino una delegación importante, con las máximas autoridades y decanos de todas las facultados, presentaron su oferta académica en sitios claves donde establecieron acuerdos y convenios y dieron seguimiento, de esta forma deberíamos tener un gran plan estratégico y toda

la universidad y sus autoridades apoyando este proceso, saliendo hacia afuera dando la mejor imagen de la universidad.

9. *¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

Deberíamos comunicar que la universidad está confiada en la Compañía de Jesús a través del paradigma pedagógico Ignaciano, busca una formación de excelencia académica, científica y de valores, esta unión de la calidad académica y humana es nuestra fortaleza, no solamente la instrucción y en un conocimiento por si sol, sino un conocimiento que esta llevado por los valores por la ética, por la búsqueda de una sociedad más justa, más equitativa, en un país mega diverso en donde está todo por hacerse, deberíamos aportar al país a través de la PUCE.

10. *¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?*

Mirar que han hecho bien otras universidades que podríamos imitar que podríamos mejorar, hacer un análisis de todo el proceso de internalización desde su fundación.

Hacer un estudio casa adentro de cómo ha estado nuestro proceso de internacionalización y luego mirando hacia afuera de cómo han ido creciendo otras universidades un ejemplo de esto es la Universidad de Sao Pablo que

ha ido creciendo de manera rápida en su internacionalización y nosotros de alguna manera poderlo imitar.

Potenciar el sistema nacional PUCE, cada sede tiene su propia fortaleza en relaciones internacionales, y deberíamos aprovechar todos los convenios los acuerdos, ya que tenemos realidades diferentes en las diferentes regiones del país.

Deberíamos potenciar una página Web amigable que nos abra mejor al mundo, la mejor utilización de nuevas tecnologías, la mejor utilización de educación a distancia, virtual y en línea.

Nos falta posicionarnos, deberíamos aprovechar a muchos estudiantes egresados de la PUCE o que trabajan en el extranjero y ellos puedan ser los portavoces de lo que está haciendo la universidad, como lo hace del programa Alumini, de esta manera lograr potenciar más la promoción de la PUCE a nivel internacional.

Entrevistado: Mg. Diego Andrade, Profesional de Personal de Promoción.

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?

Para esto existen dos fases de tiempo que son distintas la fase anterior y la nueva gestión.

Dentro de la nueva gestión se cambió de autoridades, que hoy por hoy se está haciendo un trabajo excelente, se está reactivando convenios y se está creando nuevos convenios, haciendo reingeniería en Relaciones Internacionales.

En los tiempos anteriores había un banco de convenios y los chicos podían ir, otros no iban por una serie de requisitos que se les había impuesto, pero más que nada faltaba promoción, de difusión, los convenios y los mismos empezaban a caducar.

La Dirección de Promoción trabaja conjuntamente con la Dirección de Relaciones Internacionales en temas de promoción, llevando un folleto general donde está la información de pregrado, información del proceso de admisión, los programas becas, beneficios y dentro de estos benéficos y servicios están los convenios internacionales y siempre se pedía información a la DRI con respecto a la cantidad de universidades, con respecto a toda la información del tipo de convenios, pero la información que se nos otorgaba era media carilla de una un formato de CD, y esta información no es suficiente comparando con la competencia donde se da la percepción que ellos tienen muchísimos más convenios y los muestran de mejor manera.

2. *¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?*

Promoción en las universidades donde se tiene convenios como Loyola, USJAL, y en mi experiencia puedo decir que a las personas de fuera les interesa conocer más sobre cómo se manejan temas de primer mundo.

Empezar a reactivar donde tenemos tratados y convenios con temas de promoción.

Reactivar la Pagina web mejorarla, debería estar en varios idiomas y la información debería estar ser más resumida y organizarla para el aspirante.

Cada unidad académica debería tener un plan de promoción internacional en conjunto con la DRI, para poder enfocarse en tipos de targets diferentes, que están fuera del país.

Buscar otros tipos de promoción distintos a los tradicionales, realizando casas abiertas en las universidades de fuera en áreas de relaciones internacionales y poder captar estudiantes interesados así gestionar relaciones generando bases de datos de estudiantes internacionales.

Actividades académicas para conseguir estudiantes interesados en estudiar en la PUCE junto con dirección de relaciones internacionales, de las universidades de fuera.

En la página Web debería haber un enlace directo que nos lleve a ver más sobre relaciones internacionales

Si queremos incrementar estudiantes internacionales debería haber un enlace directo que sea visibles y nos lleve de primera a relaciones internacionales, debido a que las personas solo permanecemos 20 segundos en una página por lo tanto si no encontramos lo que queremos buscar abandonan la página.

Acción con embajadas y mediante nuestra carrera multilingüe sé que se tiene convenios con otros países, hacer tipos actividades de promoción donde las embajadas puedan promover programas académicos ligados a la PUCE y el impacto va ser mayor y no solo en las universidades donde se tienen convenios si no con una embajada pueda hacer una promoción mayor.

Tenemos que estar en todos los lugares donde los estudiantes buscan información para realizar estudios en el exterior, Google, páginas del Ministerios del Exterior.

Invertir en recursos, no tenemos presupuesto como área de promoción y no contamos con el recurso humano necesario para poder realizar una buena promoción en comparación a las otras universidades.

Capacitaciones a todo el personal de la PUCE que tiene contacto con los aspirantes o clientes y sería interesante que las secretarias o el coordinador de sociología manejen inglés y de esta manera para poder hablar sobre temas con gente del exterior.

Cada dependencia hace exclusivamente lo que le compete, y no vemos más allá, podríamos responder a estudiantes mediante correo una de estos es el Facebook, recibimos muchas preguntas de estudiantes del exterior sobre procesos de inscripción y sería muy interesante que relaciones internacionales está ligada con Facebook.

Debería existir un sistema de CRM, donde haya un balcón de servicio con un grupo de talento humano que manejen al menos dos idiomas, que administren y se encarguen de ser la primera cara visible de la universidad con el público, sea de un bachiller o de un estudiante extranjero y se puedan contestar directamente dudas mediante correos o directamente.

3. *¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

Debido a la estructura organizacional somos una entidad lenta, ya que no nos adaptamos rápidamente al cambio, en el marco de las relaciones internacionales nosotros teníamos una cantidad interesante de convenios, pero con el pasar del tiempo otras universidades llegaron hacer hincapié en esta área y la percepción de las otras universidades muestra que ellos tienen más convenios y que eran mejor, por lo tanto, la gente de afuera piensan que hay más convenios en otras universidades un ejemplo de esto es la Universidad San Francisco, ellos cuentan con una gestión eficiente de convenios y tienen mucha relación con otras universidades.

Con el tiempo nosotros nos hemos visto estancados en la cantidad de convenios en la forma de promocionarlos, comunicarlos y en la forma de gestionar los mismos, algunos se han caído y es muy difícil conseguir convenios hay exigencias altas, pero al ser el tipo de universidad que somos se nos dan los convenios.

4. *¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

Tenemos oportunidad de hacer promoción en las universidades que tenemos convenios, ir a las embajadas.

Apalancarnos con el Ministerio de Relaciones Exteriores y con el de Turismo.

Oportunidad de hacer promoción con Venezuela, existen muchos estudiantes que quieren venir a estudiar acá.

Hacer promoción en la USJAL y en todas las asociaciones que estamos afiliados.

Incrementar nuestros recursos humanos y económicos haciendo una inversión y con estos recursos aplicarlos en viajes, convenios, casas abiertas, foros internacionales, haciendo una promoción y actividades BTL.

La moneda que manejamos le da cierta estabilidad al estudiante.

5. *¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

Somos una unidad dinámica por los viajes que se están realizando se están reactivando convenios con otras entidades.

6. *¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?*

Se desconocen convenios por la falta de promoción.

Falta de promoción, se ha perdido el enlace de la información, nuestros propios estudiantes no conocen de los convenios.

Percepción como empleados al pensar que nos tienen q buscar y no informar, debemos que dar un servicio de orientación, servicio a la sociedad o un proceso para que puedan tener mejor información.

7. *¿Qué considera que se deberíamos mejorar?*

Diagnostico a la situación bastante amplio, análisis de la situación macro, micro fuerzas de Porter, competidores, análisis por región, por zona, por país, aterrizando en un FODA.

Hay que mejorar las debilidades, hay la percepción de que no tenemos muchos convenios en comparación a la competencia.

Una vez hecho el diagnóstico completo de la situación, empezar a trabajar con las áreas, haciendo un plan de promoción y publicidad, trabajando con temas de plaza, precio, servicio.

Gestión en manejo de información que damos, debe ser entendible debe ser clara, precisa, concisa, y oportuna, información de fácil ubicación y de fácil recordación.

Mejorar la forma de promoción interna y departamental mejorar la iniciativa, creando aplicaciones para estudiantes y accedan rápido a la información, y exista módulos de relaciones internacionales.

En la política de la asignación de recursos, no se asigna de manera correcta, invertir más en promoción para cambiar la percepción.

Mejorar en iniciativa, mejorar en sinergia dentro de la universidad, comunicar internamente, y hacer promoción interna, tener actitud para hacerlo.

8. *¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?*

La esencia y dar una buena percepción, dar un valor agregado para ir a la parte emocional, a la parte sentimental, entonces la esencia del plan de promoción es que no vamos nosotros a dar simplemente un intercambio, si no en que va mejorar la vida del chico que viene acá, vas a tener más amistades y comprender otro contexto diferente a la cultura que en las que estas, y la idea de esta manera debe ser trascendental y esto poderlo comunicar.

9. *¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

Promoción adecuada y efectiva, identificar el target ver que medios de comunicación se utiliza, cuales son los canales, porque medios prefiere recibir esta información y atacarlos, todo es posible con mucha efectividad y capacitación del personal, pero para esto se debe invertir en recursos y tener una política de asignación de recursos de acuerdo al objetivo que se tenga.

10. *¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?*

Entender la esencia de mensaje de universidad muy valiosa para un estudiante, ir más a la parte emocional, una vez identificado ese elemento, que sea importante y trascendente para el estudiante empezar a diseñar nuestros mensajes comunicacionales, atacar por técnicas de Neuromarketing.

La asignación de recursos, una buena asignación de recursos te garantiza el éxito.

La cultura organizacional debe cambiar en atención al cliente, gestión de la información gestión del tiempo, idiomas, y aprender algo de psicología debemos cambiar la forma de atender a la gente.

Conseguir socios estratégicos claves embajadas de otros países, universidades con las que tengamos convenios, y algunas organizaciones que estén

interesadas en mandar a gente a nuestro país, buscar socios claves que te puedan asegurar más gente.

Entrevistado: Mg. David Sotomayor, Director de Relaciones Internacionales

1. ¿Qué acciones según su criterio desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales a la misma?

- Gestión de convenios internacionales.
- La PUCE actualmente tiene 53 convenios vigentes dentro de ellos 31 son de la Red USJAL.
- Reforzar la internacionalización de la PUCE con visitas a las universidades del exterior.
- Se están haciendo eventos internacionales.
- Jornadas de negocios encaminados a los negocios a la ciencia y la cultura ecuatoriana.

2. *¿Qué sugerencias daría usted para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica?*

- Mejorar la página Web de Relaciones Internacionales.
- Abrir más canales de promoción.
- Medios digitales.
- Publicidad.

3. *¿Con el tiempo como ha visto usted el desarrollo de la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

Falta de gestión internacional, no se trabajaba ni desarrollaba nuevas acciones para la internacionalización

4. *¿Cuáles cree que son las oportunidades que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

- Convenios.
- Los socios de Cooperación académica.
- La universidad con los que se suscribe los convenios.

5. *¿Cuáles cree que son las fortalezas que tiene la promoción internacional de la PUCE en el presente?*

- Infraestructura.

- Experiencia debido a que no es una universidad novata, la misma funciona desde 1947.

- Trayectoria institucional.

6. *¿Cuáles cree que son las debilidades de la PUCE con respecto a la oferta académica a nivel internacional con respecto a otras universidades?*

- Falta de promoción
- Presupuesto para la promoción
- Competencia de otras universidades ecuatorianas

7. *¿Que considera usted fundamental dentro de un plan de promoción a nivel internacional?*

Todas las etapas anteriores al plan de promoción, ya que con ellas se puede hacer un buen plan.

8. *¿Qué aspectos cree usted que se debería comunicar dentro del plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional?*

Posibilidades de becas he intercambios, anunciarlos con la debida anticipación

9. *¿Qué considera que se deberíamos mejorar?*

Mejorar el personal con bastante conocimiento bilingüe.

10. *¿Qué recomendaciones deberíamos tomar en cuenta para el desarrollo exitoso del Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE?*

- Realizar procesos de movilidad en doble vía, nos van otros vienen.
- Mejorar al Personal administrativo.
- Promocionarnos más.

(Anexo 1: Entrevista Expertos)

A continuación, un cuadro resumido de todo lo dicho por los entrevistados.

Tabla 4: Resumen de las Entrevistas Expertos

Encargado	Acciones que desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales	Sugerencias para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica	Aspectos fundamentales dentro de un plan de promoción a nivel internacional	Mejoras	Recomendaciones
Mg. Yohanna Piedra	Convenios con redes Jesuitas.	Viajar fuera del país para buscar nuevos convenios.	Contar con testimonios	Innovamos en crear nuevas carreras que el mercado lo exige.	Crear plataforma interactiva interactiva para conversatorios vía online
			Contar con convenios.		Fomentar la comunicación con los estudiantes de fuera para para realizar intercambios
			Dar a conocer la Universidad		
Dr. Hugo Navarrete	No cuenta con conocimiento de que exista algún tipo de propaganda o promoción.	Realizar ventajas comparativas con universidades de otros países , y poder ofertarnos para atraer alumnos que desarrollen sus estudios en la PUCE	Proyectar un buena imagen para los extranjeros.	Tener una estrategia de mercadeo, proyectar una imagen como de una universidad de elite y de líderes.	Realizar campañas publicitarias en los EEUU
			Analizar la situación socioeconómica del estudiante extranjero.		Inventar en cambio y promoción de imagen.
			Tratar al extranjero como uno de nosotros, debería estar dentro del sistema de pensión diferenciada		Crear un buen ambiente, realizar convenios con otras universidades.
					Masificar los intercambios
Mg. Cristhian Viveros	La información de intercambios en el pasado era básica, por falta de presupuesto no se ha logrado difundir como de debería.	Encontrar los canales correctos para explotar los intercambios como lo hacen otras universidades, el manejo de redes sociales interactuar con todas las incógnitas que tengas los chicos, tener una persona que pueda atender las dudas de todas las partes del mundo, receptando solicitudes e información.	Realizar un estudio de mercado para saber preferencias de los estudiantes extranjeros	Buscar presupuesto	Capacitar al personal en idiomas sobre todo ingles.
			Captar el nicho de mercado	Obtener testimonios estudiantes extranjeros y compartirlo a través de redes sociales.	Realizar una malla curricular enteramente en ingles
			Realizar estrategias de marketing, uso de redes sociales, videoconferencias con universidades de fuera.	Potencializar herramientas para poder tener acceso con estudiantes y profesores y así poder comunicarnos con otras universidades que no están en nuestra red.	Hacer que la dirección de relaciones internacionales tenga un poco más de peso en la universidad
			Potenciar el uso de Smartphone, tener una especie de CRM para que los estudiantes de fuera puedan recibir toda la información que necesiten.		

Encargado	Acciones que desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales	Sugerencias para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica	Aspectos fundamentales dentro de un plan de promoción a nivel internacional	Mejoras	Recomendaciones
Dr. Carlos Acurio	los mecanismos que usa la universidad para internacionalizarse son los convenios con universidades afines como la USJAL, ODUICAL, FIUC.	Internacionalización del currículo, ir hacia una acreditación internacional de nuestras carreras,	Tener un gran plan estratégico y toda la universidad y sus autoridades apoyando este proceso, saliendo hacia afuera dando la mejor imagen de la universidad.	Mirar más hacia afuera como universidad, considerar que la internacionalización es puntual para nuestro desarrollo	Mirar he imitar el proceso de internacionalización de universidades de fuera.
		Diseñar una política de internacionalización de la universidad.			Potenciar el sistema nacional PUCE, cada sede tiene su propia fortaleza en relaciones internacionales
		Fortalecer la Dirección de Relaciones Internacionales	Tener proyectos específico que nos permitan tener claridad de hacia dónde vamos	Mejorar el nivel de idiomas se necesita capacitar a los docentes y fortalecer el vínculo con universidades extranjeras tanto a nivel académico, docente y como de investigación	Potenciar una página Web amigable que nos abra mejor al mundo, la mejor utilización de nuevas tecnologías, la mejor utilización de educación a distancia, virtual y en línea.
	En el caso específico de medicina se han firmado varios convenios para que estudiantes vengán hacer sus pasantías	Personal que se encargue de la internacionalización en cada unidad académica	Estudiar que han hecho otras universidades con éxito		Aprovechar a muchos estudiantes egresados de la PUCE o que trabajan en el extranjero y ellos puedan ser los portavoces de lo que está haciendo la universidad.
		Mejorar el seguimiento a graduados que están fuera del país, para que ellos se conviertan en embajadores de la PUCE			
Mg. David Sotomayor	Gestión de convenios internacionales	Mejorar la página Web de Relaciones Internacionales	Todas las etapas anteriores al plan de promoción, ya que con ellas se puede hacer un buen plan.	Mejorar el personal de Relaciones Internacionales con bastante conocimiento bilingüe.	Realizar procesos de movilidad en doble vía, nos van otros vienen.
	La PUCE actualmente tiene 53 convenios vigentes dentro de ellos 31 son de la Red USJAL.	Abrir más canales de promoción			
	Reforzar la internacionalización de la PUCE con visitas a las universidades del exterior.	Mejora los medios digitales	Posibilidades de becas he intercambios, anunciarlos con la debida anticipación		Mejorar al Personal administrativo.
	Se están haciendo eventos internacionales				
	Jornadas de negocios internacionales encaminados a los negocios a la ciencia y la cultura ecuatoriana.	Realizar publicidad.			Promocionarnos más.

Encargado	Acciones que desarrolla la PUCE con el fin de incrementar aspirantes internacionales	Sugerencias para incrementar el número de aspirantes internacionales a la PUCE y en cada unidad académica	Aspectos fundamentales dentro de un plan de promoción a nivel internacional	Mejoras	Recomendaciones
Mg. Diego Andrade	Se está reactivando convenios y creando nuevos convenios, haciendo reingeniería en Relaciones Internacionales.	Promoción en las universidades donde se tiene convenios como Loyola, USJAL	La esencia y dar una buena percepción, dar un valor agregado para ir a la parte emocional, a la parte sentimental del estudiante extranjero	Análisis de la situación macro	Diseñar nuestros mensajes comunicacionales, atacar por técnicas de Neuromarketing.
		Reactivar la Pagina web mejorarla, debería estar en varios idiomas y la información debería estar ser más resumida y organizarla para el aspirante.		Gestión en manejo de información que damos, debe ser entendible debe ser clara, precisa, concisa, y oportuna, información de fácil ubicación y de fácil recordación.	Una buena asignación de recursos te garantiza el éxito
		Cada unidad académica debería tener un plan de promoción internacional en conjunto con la DRI			La cultura organizacional debe cambiar en atención al cliente, gestión de la información gestión del tiempo, idiomas, y aprender algo de psicología debemos cambiar la forma de atender a la gente.
		Buscar otros tipos de promoción distintos a los tradicionales			Mejorar la forma de promoción interna y departamental, mejorar la iniciativa, creando aplicaciones para estudiantes y accedan rápido a la información, y exista módulos de relaciones internacionales.
	La Dirección de Promoción trabaja conjuntamente con la Dirección de Relaciones Internacionales en temas de promoción, realizando folletos de información de la PUCE	Realizar casas abiertas en las universidades de fuera en áreas de relaciones internacionales.	Promoción adecuada y efectiva, identificar el target ver que medios de comunicación se utiliza, cuales son los canales, porque medios prefiere recibir esta información y atacarlos.	Invertir más en promoción para cambiar la percepción de no tener convenios internacionales como lo hace la competencia.	
		Gestionar relaciones generando bases de datos de estudiantes internacionales.			
		En la página Web debería haber un enlace directo que nos lleve a ver más sobre relaciones internacionales			
		Hacer tipos actividades de promoción donde las embajadas puedan promover programas académicos ligados a la PUCE			
		Invertir en recursos para promoción			
		Capacitaciones a todo el personal de la PUCE que tiene contacto con los aspirantes			

2.4.3 Entrevistas a Ex Becarios PUCE

Como fuente de investigación se decidió realizar un Focus Group a los Ex Becarios PUCE, lo cual no se pudo realizar debido a problemas de horarios en las personas que iban a participar en el mismo, por tal motivo se decidió llevar a cabo entrevistas a cada una de las personas que conformaban el grupo a ser investigado para esto se elaboró un cuestionario guía que en el momento de reunir a las personas participantes ayude a conseguir información necesaria para realizar el Plan de Promoción Académico de la PUCE a nivel internacional.

Con la ayuda de la D.R.I se contactó a los ex Becarios PUCE de distintos programas de intercambio, de varios periodos académicos, mismos que dentro de una base de datos se seleccionó a algunos estudiantes con el fin de conocer sus experiencias como estudiantes internacionales y a su vez, esto contribuya para proponer las estrategias para el Plan antes mencionado.

Las preguntas diseñadas para este propósito fueron:

1. ¿Cuáles son los aspectos que un/a estudiante debería tener en cuenta en el momento de realizar la búsqueda de destino y el alojamiento para estudiar fuera de casa?
2. ¿Qué personas o instituciones influenciaron directamente con los trámites para hacer el intercambio?

3. ¿Qué factores influyen al momento de tomar la decisión del país a que se va a viajar?
4. ¿Cómo encontraron la información necesaria acerca de la universidad a la que querían estudiar?
5. ¿Qué problemas tuvieron para encontrar información sobre la universidad de intercambio?
6. ¿Qué tipo de información creen que es útil para los estudiantes que quieran realizar estudios en el exterior?
7. ¿En qué aspectos creen que esta experiencia ha contribuido con su formación?
8. ¿Después de su experiencia que recomendaciones darían a la PUCE para realizar intercambios o convenios con el exterior?
9. ¿Recomendarían esta experiencia a otros estudiantes?

Las personas entrevistadas fueron:

Tabla 5: Ex Becarios PUCE

Nombre	Programa	País	Unidad Académica
Erik Obando	PUC-Rio	Brasil	Arquitectura
Melanie Espinoza	Idaho	USA	Arquitectura
Juan Francisco Álvarez	Loyola New Orleans	USA	Economía
Emilia Alvear	Alberto Hurtado	Chile	Ciencias Humanas: Sociología
Michelle Vasco	Católica de Córdoba	Argentina	Jurisprudencia
Daniela Bahamonde	Iberoamericana Puebla	México	Economía
Paola Reyes Vélez	Kansai Gaidai	Japón	Psicología

Fuente: Expedientes académicos DRI

2.4.4 Resumen de los Resultados de las Entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas a 8 estudiantes que formaron parte de distintos intercambios en varios países, a continuación, se presenta un resumen de todas las entrevistas realizadas con las ideas principales de los entrevistados.

1. ¿Cuáles son los aspectos que un/a estudiante debería tener en cuenta en el momento de realizar la búsqueda de destino y el alojamiento para estudiar fuera de casa?

Los estudiantes consideran que el destino de intercambio debe elegirse en base al perfil que los estudiantes piensen que un futuro los lleve a crecer tanto profesional como personal, es importante elegir un país que dé oportunidad de aprender sobre su cultura y idioma, un ejemplo de eso es un estudiante de arquitectura que eligió Brasil por su infraestructura y sus favelas, por ende, es importante a su vez elegir el país acorde a la carrera.

El alojamiento debe estar en la ciudad cerca de la vida cultural, en lugares céntricos para las actividades del día a día comenta otra estudiante que realizó su intercambio en Argentina, al momento de elegir la vivienda, es importante contar con un convenio que te ofrezca facilidad de acoplarse en un el nuevo lugar, y esto depende de que tan preparado estés para vivir fuera de casa.

Es importante ver las materias y la malla curricular, entre más cerca estés de las clases es mejor.

Otro de los estudiantes que realizó su intercambio a New Orleans de USA comento que buscar el destino es algo personal y que el estudiante se encuentre a gusto, además ver la situación económica del país, la cultura, y la vivencia, la vida del campus es mucho más fácil cuando se vive ahí mismo, pero cuando se vive fuera creces y es una experiencia completamente diferente.

Para la estudiante que viajó a Chile es importante, saber el costo del país donde se va a realizar el intercambio ya que muchas veces cuesta el doble de lo que cuesta estudiar en el país de origen.

Otra de las estudiantes que viajó a Japón comento que ella no tuvo que buscar nada, su convenio incluía todo, y eso le pareció un alivio ya que es muy difícil ir al país y buscar vivienda los costos son elevados, y es complicado conseguir una persona que te encuentre vivienda cerca de los campus universitarios.

2. ¿Qué personas o instituciones influenciaron directamente con los trámites para hacer el intercambio?

Los estudiantes tomaron la decisión de realizar su intercambio por sí mismos, pero la principal guía para ello fue por parte de la D.R.I de la PUCE siendo la instrucción intermediaria, dándoles la información necesaria para escoger la Universidad en el país de destino que ellos habían elegido, la mayoría de ellos menciono que se les otorgo un listado de varias Universidades con los convenios que la PUCE contaba.

Seguido a esto contaban con la información de las Universidades de Intercambio, esto comento una estudiante que viajo a USA, ella recibió mucha ayuda de la Universidad donde aplico, pudo contactarse hasta con los profesores que iban iba a dictar catedra, la Dirección Internacional de su universidad le dio toda tipo la información.

Un estudiante de Economía comento que aparte de lo mencionado con anterioridad, también contó con la orientación del Decano de cada su facultad y las personas que se encargan de las unidades académicas, además de una indagación propia a personas que ya habían realizado intercambios y así empaparse de como es el proceso.

La estudiante que viajo a Chile menciono que las personas que le rodeaban le impulsaron a que ella pueda realizar el intercambio debido a que asistió a una ONG, en el caso de la universidad de origen, tiene una estructura

organizacional muy parecida a la PUCE así que las respuestas no eran muy rápidas.

Par la estudiante de Japón además de la D.R.I su principal influencia fue la Embajada Japonesa, a ella siempre le llamo la atención el país, y observo una publicidad en la cafetería de la PUCE y la motivo a averiguar sobre becas o intercambios a este país

3. ¿Qué factores influyen al momento de tomar la decisión del país a que se va a viajar?

Uno de los factores importante que menciono una de las entrevistadas que viajo a argentina es que la cultura del país le brindaba un equilibrio, ella ya había viajado con anterioridad al país y la cultura que conoció la llevo a escoger su lugar de estudios, además que la educación de ese país es muy parecida al nuestro en carreras como Derecho.

Para otro de los estudiantes que viajo a USA le motivo el idioma en su caso inglés y la malla curricular que le ofreció la universidad de intercambio y el hecho de saber que tan competitiva era la universidad extranjera con al PUCE.

A la estudiante que viajo a Chile le motivo mucho la parte académica que ofrecía tiene una línea muy fuerte en Sociología, lo cual su visión académica para mejorar hizo que se impulse para poder realizar su intercambio, además del índice de seguridad, índice de desarrollo altos, y la posición de la Universidad al ser una de las mejores en la escuela de Sociología.

Otra de las estudiantes que viajó a Japón le impulsó aprender el idioma, ella estudio japonés en la PUCE y sabía que al realizar el intercambio iba a aprender más sobre la cultura además de perfeccionar su idioma.

De igual manera los estudiantes de arquitectura escogieron su universidad por los programas micro curriculares que les ofrecía la universidad de intercambio, y además de poder aprender nuevos modelos arquitectónicos tanto en Brasil como en USA.

4. ¿Cómo encontraron la información necesaria acerca de la universidad a la que querían estudiar?

La mayoría de la información la localizaron por internet, y durante el proceso se lo hacía conjuntamente con la D.R.I uno de los estudiantes mencionó que la investigación era conjunta con la D.R.I de la universidad de intercambio que en su caso fue Brasil, misma que permitió encontrar facilidades de alojamiento y el día de llegada le recogieron, para llevarlo al campus Universitario

La estudiante que viajó a Argentina comentó que ella encontró toda la información a través de la página Web de la Universidad de intercambio, ya que la Católica de Córdoba tiene todo muy detallado, cuenta con una base de datos de lugares de hospedaje, mapas incluidos en página Web, información con respecto al traslado y no tuvo necesidad de indagar en otra parte que no sea la página Web de esa universidad.

La tercera estudiante viajó a USA y menciono que la página Web de la Universidad de intercambio Idaho era muy interactiva, se podía hacer un recorrido virtual dentro del campus, contaba con conexión online con estudiantes de esa universidad, sin embargo, no encontró información sobre las materias que iba a tomar, por tal razón optó por contactarse vía correo para poder hacer las convalidaciones de créditos, materias y profesores a elegir.

El estudiante de Loyola en USA menciono que primero investigó a los estudiantes que ya habían ido anteriormente ellos respondieron algunos aspectos y dudas, además Loyola cuenta con una página Web muy didáctica lo cual le permitió encontrar la información necesaria para realizar el intercambio, la indagación más difícil fue el tema de los sílabos y la malla curricular en temas de convalidación de materias.

La experiencia de la estudiante que viajó a Chile fue diferente ya que lo hizo a través de la página Web de la misma y de las secretarías de la Alberto Hurtado, sin embargo, se le hizo difícil ya que solicitaban los códigos de materias en la PUCE para analizar si se podía convalidar sus créditos y esto le causó problemas en el momento de buscar información, adicional a esto menciono que cada una de las escuelas tienen sus propias páginas con información actualizada y muy interactiva, pero pide que debería haber más flexibilidad en la PUCE para la toma de los créditos.

En el caso de la estudiante que viajó a Japón, comentó que la información la encontró por medio de panfletos de la universidad de Kansai Gaidai y utilizó herramientas como Google Earth para conocer sobre cómo era la universidad

respecto al campus, y como era la ciudad, en relación a la página Web de la universidad de Japón, ellos envían la información sobre que hay alrededor de la ciudad y de la universidad, para con esto los estudiantes extranjeros tengan un guía y se puedan ayudar al momento de llegar a la ciudad, la página Web es en inglés, adicional a esto una vez aceptado el intercambio la universidad le otorgo normas de comportamiento para extranjeros de cosas que deben hacer y no y mapas para verificar los trasportes que se puede usar dentro de la ciudad.

5. ¿Qué problemas tuvieron para encontrar información sobre la universidad de intercambio?

El mayor problema para los estudiantes de intercambio fue a nivel académico, ya que tomo tiempo conseguir la malla micro curricular de sus carreras en el extranjero y luego de esto comparar con los silabus de la PUCE para poder tener una respuesta de si los mismos se pueden convalidar, el sistema de calificaciones y la equiparación de créditos, es un tema tedioso en el proceso de intercambio y al momento de retornar a la PCUE, la mayoría menciono que se debería manejar más internamente estos procesos y tener claro cuáles son las universidades que hacen equiparaciones de créditos con la PUCE y como se manejan los créditos entre convenios.

Muchos de los estudiantes comentaron que no se les han convalidado las materias y en algunos casos los estudiantes dan exámenes en el país de intercambio aprueban las materias y tienen que volver a dar otro examen al regreso para poder aprobar las materias y esto generó malestar.

El problema más difícil es que la PUCE logre convalidar las materias que se realizaron en el tiempo de intercambio, no existe la flexibilidad para adaptarse a las mismas a diferencia de los estudiantes extranjeros es más adaptable los países de origen.

Para la estudiante que viajó a Chile fue muy difícil contactarse con la Universidad y tuvo que hacer una llamada internacional, que le tomó una hora y eso representó un costo alto, pues al no tener ya los programas homologados tenía que preguntar de manera directa, menciono que es muy difícil volver a incorporarse de nuevo a la PUCE los trámites en las secretarías no son efectivos, ni flexibles para un estudiante que regresa de intercambio.

6. ¿Qué tipo de información creen que es útil para los estudiantes que quieran realizar estudios en el exterior?

Uno de los estudiantes menciona que se debe tener en cuenta que materias te van a convalidar, ya que este fue uno de los trámites más largos, y los pensum no son parecidos lo cual debe examinarse con anticipación y podrían ya estar listo.

Adicional a esto a manera de promoción se debería tener ejemplos de cómo sirve un intercambio en la vida de un estudiante, exponer las experiencias y fomentar que esto es muy positivo, tener una conexión entre la DRI y las demás facultades, poner más positivismo en el momento de querer realizar un intercambio. Asegurarse a que entorno va, si es pequeño si es grande y sobre

todo la cultura que el estudiante elige como destino, ver como es el campus que actividades extracurriculares se van a realizar, ya que como estudiante extranjera el país debe ser cómodo y acogedor.

Tener en cuenta cómo va operar el intercambio, el tema de convalidación de materias, el tema de costos, la situación de la Universidad a la que se quiere el intercambio, analizar la economía del país, la calidad de la Universidad a la que vas.

Las posibilidades de vivienda, tener un convenio entre universidades para el alojamiento ya que este es uno de los factores más difíciles.

7. ¿En qué aspectos creen que esta experiencia ha contribuido con su formación?

Para la mayoría de los estudiantes, fue una experiencia que abrió su mente, les llevo a darse cuenta que hay muchas cosas por hacer, como país, aprendieron a crecer y a adaptarse a nuevos medios desconocidos.

Este tipo de experiencia les ha contribuido muchísimo, es una experiencia de crecimiento continuo, aprendieron de otra sociedad, otra cultura, enriqueció sus puntos de vista, tanto en su vida como a nivel de la carrera aprendieron otro tipo de enseñanza, sobre todo nuevas disciplinas como personas, obteniendo tipos de puntos de vista distinto, fue enormemente enriquecedor y se debería fomentar.

Uno de los estudiantes comento que el estar solo en un lugar nuevo es interesante, nadie tiene la preconcepción de quien eres, el compartir con nuevas personas, conocer otras culturas, probar nuevas comidas, y aprender a tolerar a las personas.

La experiencia para la estudiante que viajo a Chile, hizo que se familiarice con el país, su vida y presente aún se siguen relacionando, comentó que te permite ser otra persona y te permite probarte en otras situaciones, aprendes a existir en la nada, además que la universidad de intercambio contaba con un nivel superior de estudios, hizo que saliera de su lugar de comodidad.

8. ¿Después de su experiencia que recomendaciones darían a la PUCE para realizar intercambios o convenios con el exterior?

Los estudiantes consideraron varias recomendaciones, lo cual se realizó la recopilación de las mismas que servirán como base para proponer algunas de las estrategias en el Plan de Promoción Académico de la PUCE a nivel Internacional las mismas que son:

Otorgar más apoyo a la D.R.I, difundir las oportunidades de intercambio, no solo con panfletos, si no extendiendo más información.

Contar con más personal para fortalecer la D.R.I, para de esta manera aumentar estudiantes de intercambio y que los mismos sean embajadores en el país al que viajan y puedan difundir como es la PUCE en el exterior.

La página de internet es obsoleta uno de los estudiantes menciona que pudo encontrar toda información en la página de la Universidad de Intercambio, mientras que en la PUCE tuvo que acudir a la D.R.I

La ayuda económica para los estudiantes debería ser más grande ya que un estudiante de intercambio es un embajador y el mismo puede promocionar tanto al país como a la PUCE para que aumente la cantidad de estudiantes internacionales.

Se debería hacer eventos con los estudiantes extranjeros, además enviar correos con información para promocionar intercambios por las facultades no solo que sea algo de la DRI.

El programa de intercambio debería incluir todo, como seguros de vida, alojamiento y estudio, para que los costos no sean altos, además se debería considerar costos adicionales como la compra de libros ya que muchas veces no se conoce estos costos antes de realizar el intercambio.

Realizar actividades entre internacionales, exposiciones culturales, dentro de las experiencias de los estudiantes se realizaba fiestas por regiones de país de extranjeros y hacían a nivel de universidad para hacer conocer el mismo, ya que muy pocas personas saben de Ecuador por tal motivo se debe promocionar más el país.

Se debería mejorar la página Web de la PUCE y tener información sobre las carreras y idiomas de forma más interactiva.

Expandir la oferta académica, no existe una gama de universidades donde se pueda escoger más países o universidades.

Los estudiantes que ingresan a la PUCE no están enterados de los temas de intercambio, la PUCE podría impulsar y promover más los intercambios.

Organizar grupos de personas encargadas netamente de los estudiantes extranjeros para que conozcan directamente el país y la universidad, de esta manera se puedan socializar y adaptarse más al país.

Crear una residencia universitaria entre uno de los aspectos importante, esto atraería más estudiantes extranjeros.

No debería existir el papeleo burocrático, en otros países el proceso es mucho más fácil, simplemente con un formato se obtenía el proceso de aplicación a un intercambio.

Los extranjeros no conocen Ecuador por ende la PUCE es poco conocida se debería exportar la imagen de la PUCE a través del Ecuador, como hacer investigaciones en el YASUNI a través de facultades esto sería una gran campaña para atraer extranjeros.

Tener contacto con otros chicos de intercambio para que ellos puedan ayudar con la logística en el nuevo país al que viajas.

Se debería realizar más salidas de campo, las clases no deberían ser tan escolares, la Universidad del Extranjero asumen la responsabilidad con la sociedad, las clases son en lugares vivenciales más que en aulas y eso hace la diferencia.

Aumentar el contacto con los estudiantes nacionales, haciendo que los extranjeros se relacionen más, buscar mecanismos de vivencia entre los dos grupos tanto nacionales como extranjeros.

La PUCE debería dar instrucciones sobre la ciudad de Quito además de ofrecer un tutor a los estudiantes extranjeros para resolver algún problema.

Realizar integraciones con los estudiantes nacionales ya que puedes conocer sobre la cultura, crear programas con familias de la PUCE para que los estudiantes conozcan más sobre la cultura y el lugar.

9. ¿Recomendarían esta experiencia a otros estudiantes?

Todos los estudiantes recomiendan realizar un intercambio en algún momento de su vida universitaria ya que te da nuevos desafíos, te hace crecer como persona, y se debería fomentar más.

A pesar de que es mucho más costoso ir a estudiar fuera, los costos lo valen, la experiencia es indescriptible, se debe incentivar a realizar este tipo de vivencias y ayudar de manera financiera a otros estudiantes para realizar esta experiencia.

Los lazos con las personas de intercambio te enseñan, a ver el mundo con otra percepción lo cual al compartir estas experiencias a compañeros de la PUCE incentiva a otros a que lo realicen. (Anexo 2: Entrevistas Estudiantes).

2.5 FOCUS GROUP

Para llevar a cabo el Focus Group, se elaboró un cuestionario guía que en el momento de reunir a los participantes ayude a conseguir los objetivos esperados.

Se contactó a personas que se encuentran en el programa de intercambio con la ayuda de la Dirección de Relaciones Internacionales de la PUCE.

2.5.1 Objetivos del Focus Group

- Determinar los factores que influenciaron a los estudiantes internacionales a escoger la PUCE
- Qué tipo de herramientas utilizaron los estudiantes internacionales para escoger la PUCE
- Que experiencias obtuvieron los estudiantes de intercambio.

2.5.2 Determinación de los Factores influyentes de los estudiantes de intercambio para decidir realizar sus estudios en el exterior

2.5.2.1 Focus Group realizado a los Estudiantes Extranjeros de Intercambio de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador

El Focus Group se realizó con la presencia de 6 alumnos extranjeros que se encuentra de intercambio en la PUCE y colaboraron para la realización del mismo.

Estas fueron las preguntas que se realizaron:

1. ¿Por qué escogieron Ecuador?

Pregunta a la cual la mayoría de los estudiantes respondieron que Ecuador tienen mucha diversidad, uno ellos reafirmo la idea debido a que estudia biología y el decidió que Ecuador y en especial la PUCE, le brindaban buenos programas para su aprendizaje.

Otra de las razones es aprender muy bien el español sobre todo para dos de los estudiantes que son coreanos, dentro de las opciones que tenían en Latinoamérica se encontraba Chile y México, pero prefirieron Ecuador, sin embargo, el clima en Quito no es de su agrado debido a que en el día se puede tener cuatro estaciones y esto no conocían antes de viajar al país.

Otra de las participantes de nacionalidad francesa, le motivo mucho ver las fotos del país en internet, la flora la fauna y la ciudad de Quito la convencieron de elegir Ecuador entre varias opciones que tenía su convenio, además es un país pequeño el cual les facilita viajar a bajos costos y les brinda seguridad.

Sin embargo, otra de las participantes comento que ella quera ir a Canadá, pero una de sus amigas la convenció de venir a Ecuador ya que podía aprender más sobre su carrera en la PUCE al elegir materias que le servirían.

2. ¿Qué opciones de universidad o instituto tenían?

Cuatro de los participantes solo tenían como opción la PUCE debido a que sus universidades tenían convenio con la misma.

La quinta participante menciona que ella tenía como opción otra Universidad en Guayaquil, pero la decisión final fue la PUCE debido a la ciudad de Quito le parecía más seguro, y ofrece más facilidades para viajar.

3. ¿Por qué medio se informaron de la PUCE?

La primera estudiante en participar menciona que en su universidad asistió a la feria de estudiantes internacionales, todos los estudiantes extranjeros son obligados a realizar esa feria, en la cual muestran la

cultura y la comida típica de su país, los chicos cuentan cómo es su universidad de origen, el tamaño de la misma, la ciudad en la que se encuentra y las materias que ofrece. Adicionalmente la biblioteca de su universidad cuenta con carpetas que tienen información de las universidades con convenio, pero comento que la de la PUCE no está muy actualizada, por tal razón acudió al internet, además conto con la ayuda de una amiga ecuatoriana estudiante de la PUCE, que se encontraba de intercambio y le ayudo a tomar una buena decisión.

Los dos siguientes estudiantes coreanos se informaron por medio del convenio que su universidad tenía con la PUCE y pensaron que Ecuador sería un excelente lugar para aprender español.

La cuarta estudiante menciona que en Francia no existe mucha información sobre la PUCE, no tiene mucha publicidad y ella investigo por medio de internet ya que le llamaba la atención el país, adicional a esto recibió la ayuda de Relaciones internacionales de la PUCE para poder tener más información.

Y él último estudiante comento que hay una lista de universidades de convenio que están en el internet y también en la biblioteca de su universidad existen informes de los estudiantes de otros países de intercambio, pero él no encontró nada sobre la PUCE por esta razón tuvo que investigar en internet y la página de la PUCE sin embargo menciona que no había mucha información en la misma lo cual tuvo que investigar por otros medios.

4. ¿Cómo se sienten en la Universidad?

Todos los participantes se sienten identificados con la universidad, les gusta el campus, y los tratos con los profesores, además los estudiantes han sido muy amables con ellos.

Sin embargo, mencionaron que no hay muchas actividades para estudiantes extranjeros, y que les gustaría poder contar con más actividades culturales.

5. ¿Qué recomendaciones darían para mejorar la oferta de la PUCE a nivel internacional?

Recomendaron que debería crearse una plataforma para conversar sobre cómo es la PUCE y como son las universidades del exterior, esto permitiría facilitar los intercambios, tener información entre estudiantes y las universidades del exterior.

Además de información para los estudiantes de la PUCE no hay muchos estudiantes que realizan intercambios y una de las estudiantes menciona que en el exterior hay muchas posibilidades de aprender y según su criterio debería haber mejor relación y comunicación entre extranjeros y estudiantes de la PUCE

Realizar clases bilingües sobre todo en carreras administrativas, para que puedan crecer en entornos internacionales y negocios.

Una estudiante menciona que deberíamos mejorar en los exámenes que se toman en español y la información necesaria de los requerimientos para tomar materias, los estudiantes llegan a la PUCE con poca orientación para coger sus materias.

Los estudiantes mencionaron que se deberían hacer más actividades para los extranjeros, como viajes turísticos para conocer el país y otras tradiciones y que ellos puedan adaptarse de mejor manera a la PUCE.

6. ¿Cuál fue el mayor aprendizaje y lo que más les agrado de la PUCE?

Todos coincidieron que aprenden mucho sobre sus amigos de la PUCE les agrada mucho las personas y han hecho buenos amigos, mencionaron que para ellos es más fácil la educación en la PUCE que en su país de origen, y esto les permite hacer más actividades, les gusta que sus clases sean con libros y lecturas ya que pueden aprender mas sobre el idioma y el intercambio cultural.

La mayoría de los estudiantes hacen su intercambio en seis meses y un año, y se les convalida algunas materias, pueden elegir las materias que quieren, una de las estudiantes menciona que irse de intercambio en su país es un plus para obtener un diploma más no para convalidar materias.

Dos de los estudiantes coreanos realizaron su intercambio para aprender español.

7. ¿Cómo ha sido el trato en la PUCE?

Una estudiante menciona que ha sido fácil adaptarse en el idioma y con los profesores ha tenido buenas facilidades en cuestión de calificaciones, sin embargo, tuvo muchos problemas al momento de elegir sus horarios ya que este había sido cambiado y ella se sintió desorientada en sus nuevas clases y aulas.

Se mencionó el programa Padrino que les asigna la PUCE, lo cual no se sentían a gusto con esto debido a que, los chicos que les apadrinaban no eran de suficiente ayuda para la adaptación al momento de llegada a la universidad.

Por tal motivo una de las estudiantes menciona que en su universidad el padrino se encargaba de esperarle desde el primero momento que llegaba a la universidad y les otorgan ayuda de todo tipo para poder acoplarse a su nuevo país de residencia.

8. ¿Qué herramientas o sitios web utilizaron para obtener información sobre nuestra Universidad?

Todos los estudiantes buscaron en Google para dirigirse a la página de la PUCE, además cuentan con un link dentro de las listas de las universidades de convenio y allí encontraban información.

Dentro de la página Web de la PUCE encontraron una pestaña para estudiantes internacionales, pero no encontraron mucha información, ellos recomiendan que la página para estudiantes internacionales debería estar al menos en inglés.

9. ¿Qué herramientas o sitios web utilizaron para obtener información sobre nuestra Universidad?

Todos coincidieron en que ellos si recomendarían a otros estudiantes hacer un intercambio en la PUCE, pero una de las estudiantes comentó que lo haría siempre y cuando las reglas no cambien mucho, debido a que han tenido problemas con la Dirección de Relaciones Internacionales, los costos son muy elevados, y no hay facilidad de pagos para ellos, ya que deben contar con los gastos de vivienda y familias.

Han escuchado que no dan muchas becas, para intercambio y ellos creen que se debería apoyar más a los estudiantes que tienen talento.

Mencionaron que hacer un nuevo campus no es una buena opción porque el campus actual está en el centro y es un lugar estratégico para movilizarse. (Anexo 3: Focus Group)

Comentarios Relevantes:

La mayoría de estudiantes de intercambio, escogen venir a nuestro país por la diversidad que ofrece, entre ellas la flora y la fauna, además de ser un país pequeño y seguro, con buenas facilidades para viajar dentro del mismo, adicional a esto la ubicación de la PUCE es un lugar estratégico ya que tiene acceso al centro de la ciudad.

Se sienten motivados por aprender español, los estudiantes a la hora de elegir un convenio buscan una universidad en Latinoamérica donde puedan aprender un español de calidad, brindando facilidades de estudio, que es algo positivo que han encontrado en la PUCE.

La mayoría de intercambios fueron realizados por convenios a través de la PUCE, pero al momento de buscar información sobre todo por internet y en la página Web de la PUCE no tuvieron información necesaria para responder a sus inquietudes y dudas, mencionaron que la página Web sobre todo la de Relaciones Internacionales debería estar en inglés y español para que se facilite encontrar la información requerida por un estudiante extranjero.

Dentro de la información que se brinda sobre la PUCE en otros países, se mencionó varias veces que en las universidades de origen existen archivos de las universidades que se encuentran con convenios, pero la PUCE no actualiza su información, y no participa en casas abiertas internacionales, ya que no existen muchos estudiantes que realicen intercambios desde la

PUCE a otros países y los mismos puedan ser voceros de nuestra Universidad.

Por tal motivo recomendaron que deberíamos promocionar mas los intercambios brindado a nuestros estudiantes más facilidades para poder viajar y estudiar en el exterior hay muchas posibilidades de aprender y según su criterio debería haber mejor relación y comunicación entre extranjeros y estudiantes de la PUCE

Realizar clases bilingües sobre todo en carreras administrativas, para que puedan crecer en entornos internacionales y negocios.

Mejorar en los exámenes que se toman en español y la información necesaria de los requerimientos para tomar materias, los estudiantes llegan a la PUCE con poca orientación para coger sus materias.

Realizar y promocionar más actividades para los extranjeros, como viajes turísticos para conocer el país su cultura y tradiciones.

Los programas de adaptación que realiza la DRI no tienen buena acogida para los estudiantes extranjeros la mayoría menciona que era difícil adaptarse sobre todo los primeros días se sentían desorientados al momento de elegir sus clases, horarios y aulas.

Hubo una gran queja sobre los costos de la PUCE para los extranjeros, ellos opinaron que para las pocas materias que cogían en un semestre

sumado a sus gastos de viaje y vivienda les resultaba costoso y la PUCE no les brindaba ningún tipo de ayuda económico, ni informativo para un extranjero y su adaptación al país.

Dentro de las herramientas que utilizaron los estudiantes para buscar la PUCE fue en Google donde se informaron sobre el país y la misma los llevo para dirigirse a la página Web de la PUCE, sin embargo, como ya se había mencionado no se encontró la información necesaria para satisfacer sus inquietudes.

2.6 ENCUESTA

Las presentes encuestas fueron realizadas para establecer estrategias de promoción para la oferta académica de la PUCE por medio de la investigación a estudiantes extranjeros que se encuentran de intercambio en la misma, así como también de los estudiantes de la Facultad de LAI en la Escuela de Español, con el fin de conocer y medir las preferencias y tendencias para realizar sus estudios en la PUCE.

2.6.1 Objetivos de las Encuestas

- Conocer el perfil de estudiantes internacionales en la PUCE
- Conocer la percepción de los estudiantes internacionales en la PUCE
- Medir las preferencias de los estudiantes internacionales que se encuentran en la PUCE.

- Conocer porque medios conocieron la PUCE

2.6.2 Metodología de la encuesta

Los pasos para llevar a cabo las encuestas fueron los siguientes:

- a) Definición de los sujetos de estudio

Como ya se señaló los sujetos de estudio son:

Estudiantes de intercambio con convenio, en el periodo 2015-2016 en la PUCE.

Este segmento de estudio es uno de los más importantes porque de esta manera se podrá conocer la percepción de los mismos sobre la PUCE a nivel internacional, por que eligieron la misma y la influencia de personas o medios para escoger como opción de estudio la PUCE

Estudiantes de la Facultad de LAI, escuela de español.

Este segmento de estudio será fuente de información acerca del por qué escogieron la PUCE como su centro de estudio, personas que influyeron para decidir estudiar en la PUCE, medio publicitarios por los cuales obtuvieron información.

b) Extracción de la muestra en cada sujeto de investigación.

Después de definir los sujetos de investigación se procedió a buscar el universo de cada grupo, para proceder con la extracción de la muestra.

Para la extracción de la muestra se tomó dos criterios:

Para el primer grupo; estudiantes de intercambio no se utilizó ningún método de muestra estadística debido a que el tamaño de la población es muy pequeño, por lo tanto, se realizó un censo a todos los estudiantes lo cual cumple un número de 27 alumnos de intercambio en el periodo que se ha indicado con anterioridad.

Para el segundo grupo, estudiantes de la escuela de español se utilizó el muestreo probabilístico.

La fórmula para la extracción de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 Npq}{e^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

La muestra para el grupo es:

Tabla 6: Muestra estudiantes de español Facultad de LAL

MUESTRA CON PROPORCIONES	
Variable	Valor
Población	105
Intervalo de confianza	95%
Probabilidad a favor	50%
Probabilidad en contra	50%
Error de estimación	5%
Tamaño de la muestra	83

Fuente: Extracción muestra

(Ver Anexo 4: Estudiantes cursos abiertos Ecuador).

2.6.3 Formato de Encuesta Estudiantes de Intercambio

Este fue el formato de encuesta que se realizó a los estudiantes extranjeros que se encuentran de intercambio en el periodo 2015-2016 en la PUCE, para efectos de la misma se hizo por medio del programa Google Drive en línea y en Inglés para facilidad de los estudiantes de Intercambio. (Ver Anexo 5).

2.6.4 Formato de Encuesta Estudiantes de Cursos Abiertos Español

Este fue el formato de encuesta que se realizó a los estudiantes de la Escuela de español para extranjeros, Segundo Semestre 2015-2016. (Ver Anexo 6).

2.6.5 Resultados

2.6.5.1 Resultados Encuesta a Estudiantes de Intercambio PUCE

1. Nacionalidad

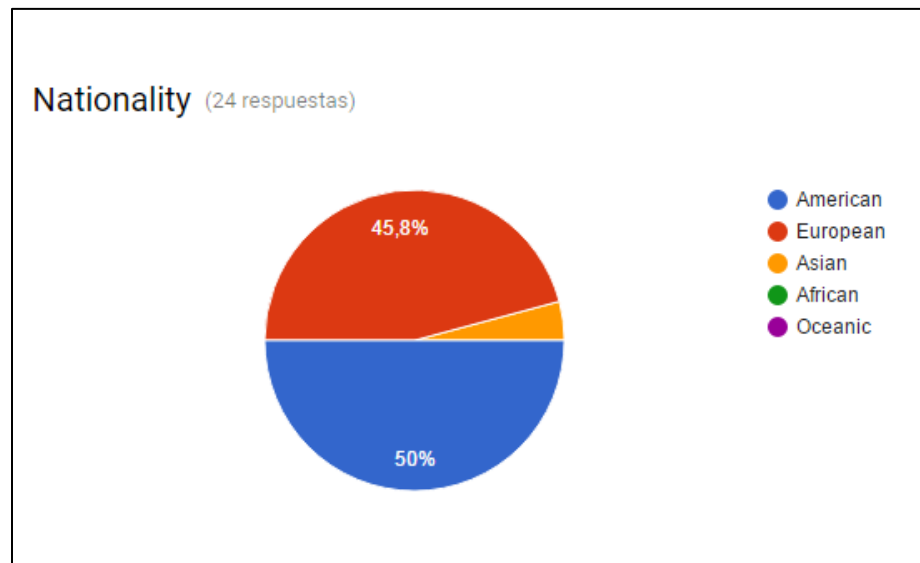


Figura 1: Nacionalidad de los estudiantes de Intercambio de la PUCE

En la Figura 1 observamos que el 50% de los estudiantes encuestados son americanos, el 45.8% son europeos y el 4.2% son asiáticos. Por lo tanto, nuestro mercado debe enfocarse al mercado americano y asiático para obtener más estudiantes internacionales.

2. Género

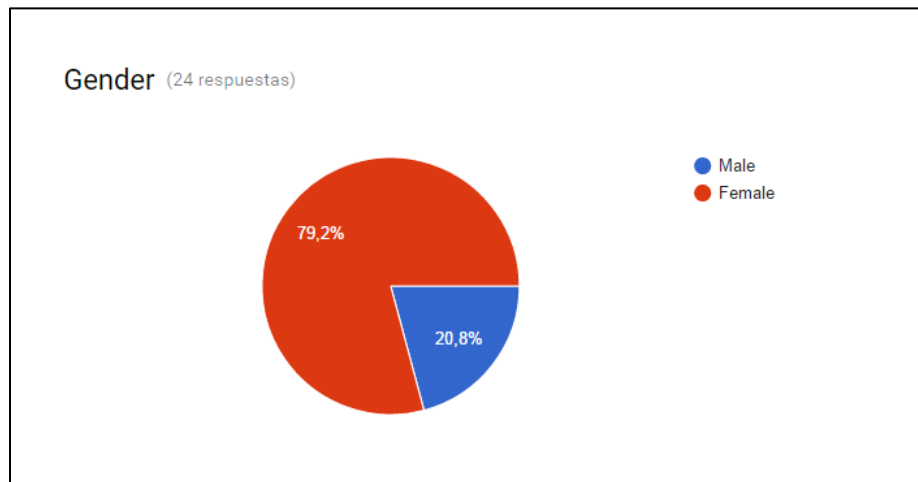


Figura 2: Género de los Estudiantes de Intercambio de la PUCE

El 79,2% de los encuestados representa al género femenino y el 20,8% al género masculino.

3. *¿Tuvo alguna preparación lingüística (antes y / o durante su intercambio académico)?*

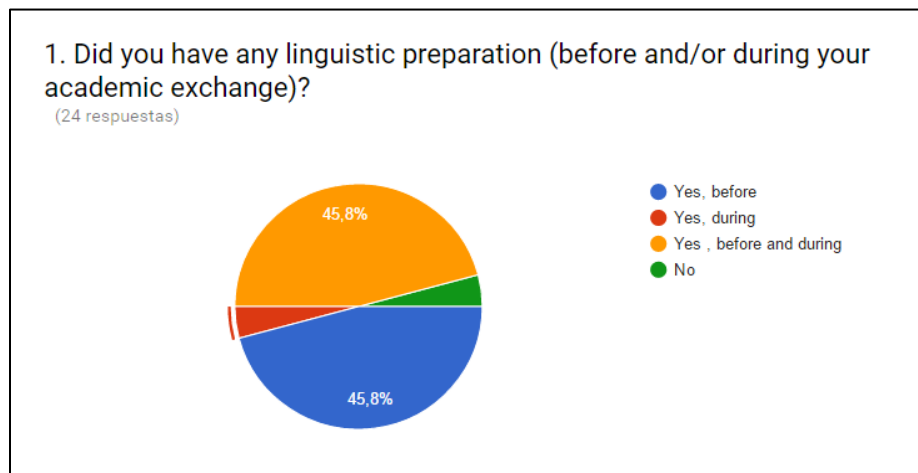


Figura 3: Estudiantes de Intercambio de la PUCE - Pregunta 1

En la figura 3 observamos que el 45,8% de los estudiantes encuestados tuvo preparación lingüística antes de venir a estudiar a la PUCE y el otro 45,8% tuvo preparación antes y durante el intercambio, lo cual es esencial que podamos promocionar los programas de lenguas que ofrece la PUCE en el programa de intercambio, adicional a esto informarles a los estudiantes sobre pruebas y niveles de idiomas que se necesita para realizar el intercambio.

4. *Nivel de español antes de su intercambio académico.*

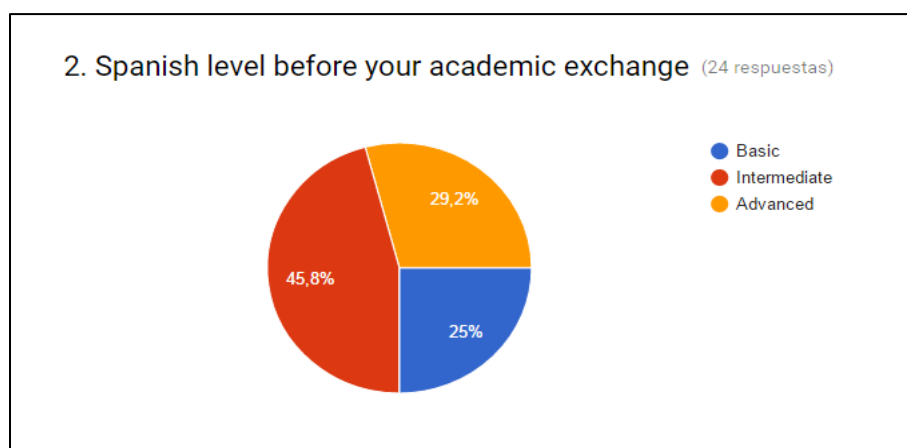


Figura 4: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 2

En la Figura 4 observamos que el 45,8% de los estudiantes encuestados tienen un nivel de español intermedio seguido del 29,2% que tienen un nivel avanzado y el 25% un nivel básico de español. Lo cual es importante establecer programas de intercambio para mejorar el idioma español en los estudiantes y a la vez puedan conocer la cultura de nuestro país mediante la PUCE tanto en las clases de cursos abiertos de lenguas, como en la clase del intercambio en varias facultades y materias.

5. ¿Por qué eligió la PUCE?

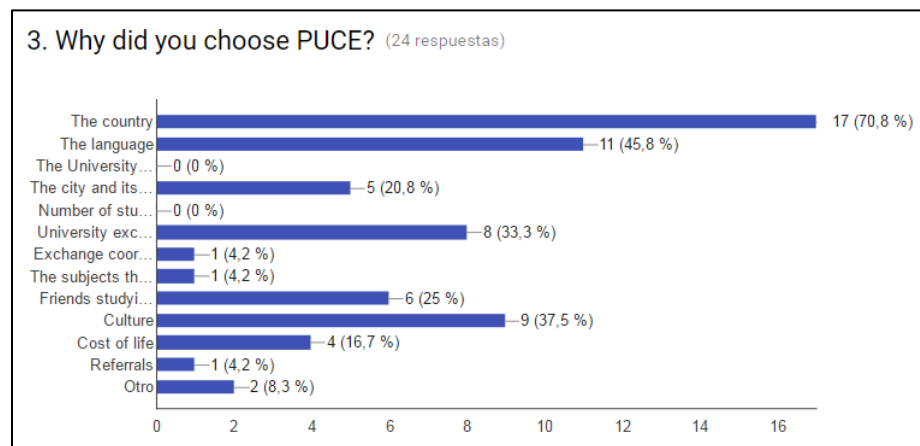


Figura 5: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 3

En la Figura 5 observamos que el 70,8% de los estudiantes extranjeros escogieron la PUCE por el país, lo cual destaca una buena referencia para enfocarnos en la promoción del mismo como una fortaleza para obtener más estudiantes extranjeros, seguido del 45,8% que es por el lenguaje es decir el idioma español por lo tanto se relaciona con las preguntas anteriores siendo congruente con ofrecer buena enseñanza de idiomas en la PUCE, el 37,5% eligió la PUCE por la cultura, y el 33,3% lo hizo por la propuesta del programa de intercambio, continuando con el 20,8% que lo hizo por la ciudad y sus alrededores, y el 16,7% por el costo de vida.

6. *Entre las opciones de Universidades la PUCE aparece como:*

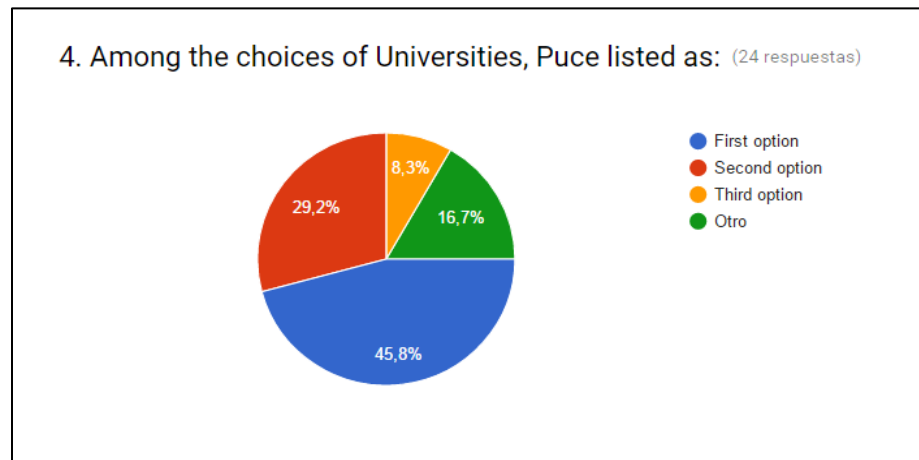
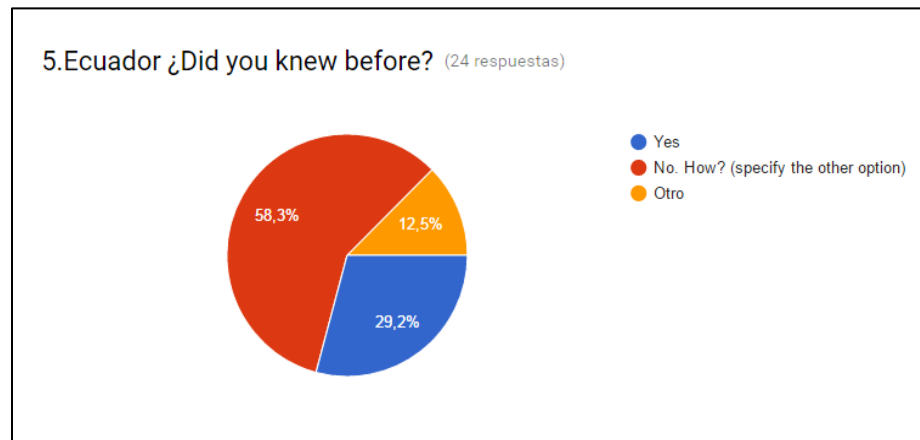


Figura 6: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 4.

En la Figura 6 observamos que el 45,8% de los alumnos encuestados tuvo como primera opción la PUCE, seguido del 29,5% que considero a la PUCE como su segunda opción, el 16,7% tenía otras opciones que no era la PUCE, y el 8,3% considero a la PUCE como tercera opción. En referencia a los datos la PUCE figura como primera opción para la mayoría de estudiantes de intercambio por ende se podría considerar que tiene una buena acogida a nivel internacional para realizar un intercambio.

7. ¿Conocías antes Ecuador?

**Figura 7: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 5**

En la Figura 7 observamos que el 58,3% de los estudiantes encuestados no conocía Ecuador antes de venir a su intercambio seguido del 29, 2 % que si conocía nuestro país, en referencia al 12,5% otros corresponde a los estudiantes que no conocen Ecuador y que especifican como lo hicieron en referencia a esto fue mediante internet, lo cual en congruencia con la pregunta anterior, parte de la elegir un intercambio al exterior es el país y contamos con gran acogida por lo cual podemos promocionarnos.

8. *¿Es posible obtener información acerca de la PUCE en su universidad?*

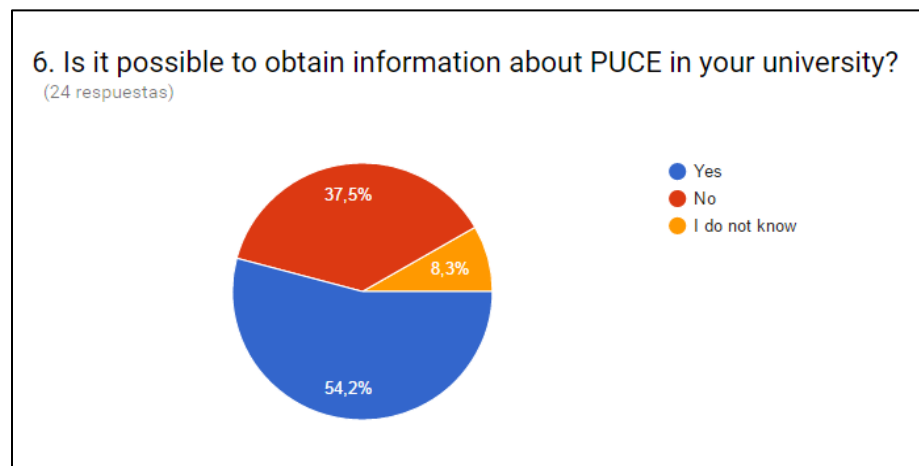


Figura 8: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 6

Como parte fundamental del presente plan de promoción propuesto es conocer si es posible obtener información de la PUCE en otras universidades internacionales como podemos observar en la Figura 8, el 54,2% de los encuestados si pueden obtener información de la PUCE en su Universidad de origen, seguido del 37,5% donde no es posible obtener información de la misma y el 8,3% no sabe si puede obtener algún tipo de información.

9. *¿Cuál fue el factor más influyente para elegir PUCE para tomar la decisión final?*

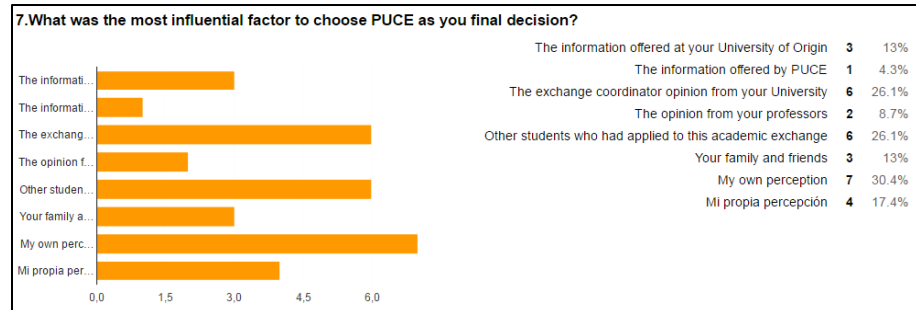


Figura 9: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 7

En la Figura 9 observamos los factores que más tuvieron influencia al momento de tomar la decisión final para escoger la PUCE el 47,4% menciona que fue su propia percepción, seguido del 26,1% donde fueron otros estudiantes los cuales aplicaron antes a intercambios académicos siendo ellos que influyeron en la decisión final, con un porcentaje similar en otro grupo respondieron que el 26,1% fue influenciado por la opinión del coordinador de intercambio, mientras que el 13% fue influenciado por la información que obtuvieron en su universidad de origen y otro 13% sus familiares y amigos. Entre los factores que menos influye esta la información ofrecida por la PUCE con un 4,3%. Es decir que la percepción que tienen los estudiantes extranjeros a nivel internacional es buena ya que es el factor que más influye, sin embargo, el porcentaje de información ofrecida por la PUCE es muy bajo de manera que es una debilidad para la promoción académica de la PUCE.

10. Evaluación de diferentes aspectos - los servicios de la PUCE

En una escala del 1 al 4: "1": malo y "4": excelente

- Calidad de Clases

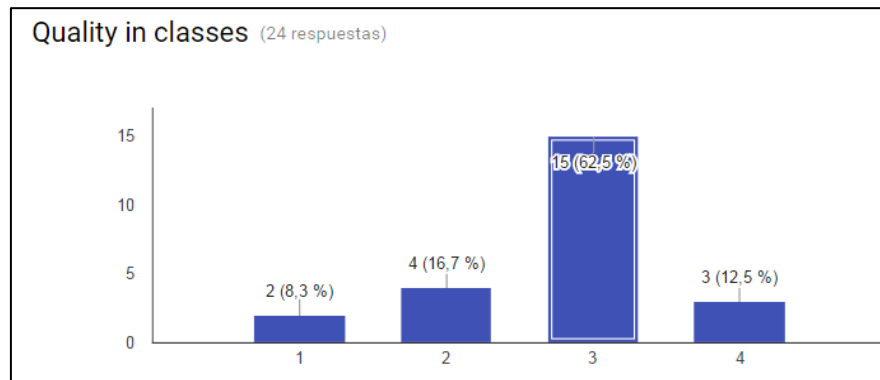


Figura 10: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 10 observamos que el 62,5% califica a la calidad de clases como muy bueno, por ende, contamos con un buen posicionamiento, seguido del 16.7% como bueno y el 12.5% como excelente.

- Conocimiento de los Profesores

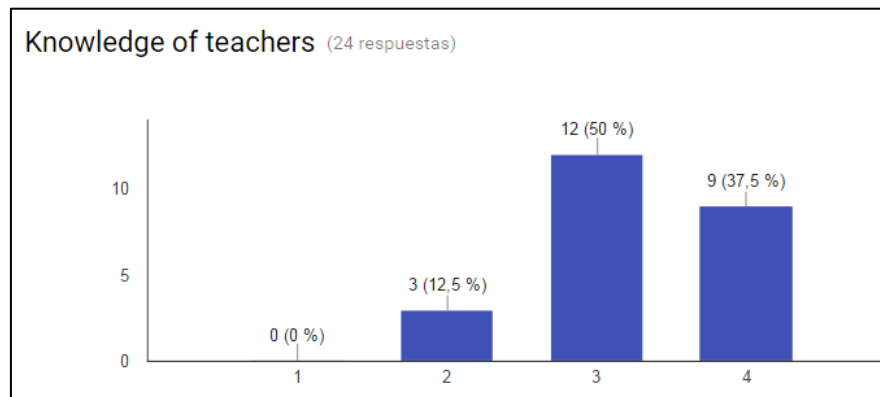


Figura 11: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 11 observamos que el 50% de los estudiantes encuestados califican al conocimiento de los profesores como muy bueno, seguido de 37,5% como excelente, y el 12,5% como bueno. Por lo tanto, los porcentajes de calificación en esta pregunta son favorables.

- Aprendizaje

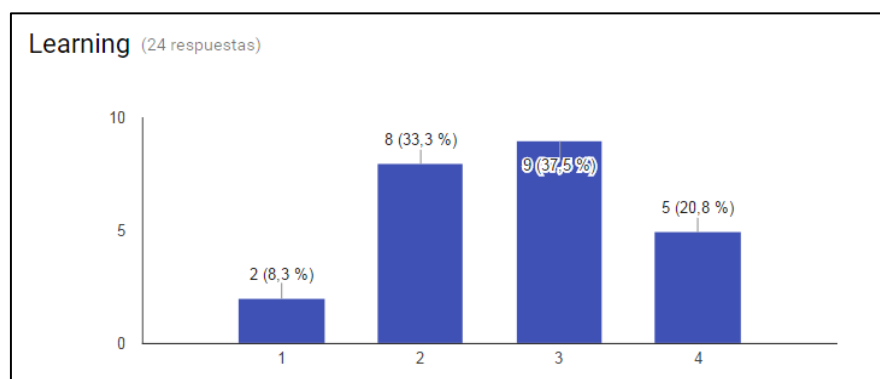


Figura 12: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 12 observamos que el 37,5% de los estudiantes calificaron el aprendizaje como muy bueno, seguido del 33,3% como bueno y el 20,8% como excelente.

- Método de los profesores

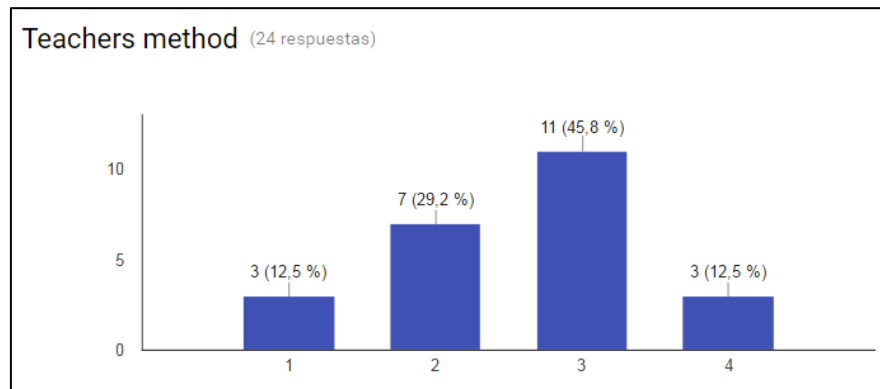


Figura 13: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 13 observamos que el 45,9% de los estudiantes encuestados califica al método utilizado por los profesores como muy bueno, seguido del 29,2% y un 12,5% como excelente y malo. Sin embargo, mantenemos un buen porcentaje de calificación para esta pregunta.

- Departamento de Relaciones Internacionales.

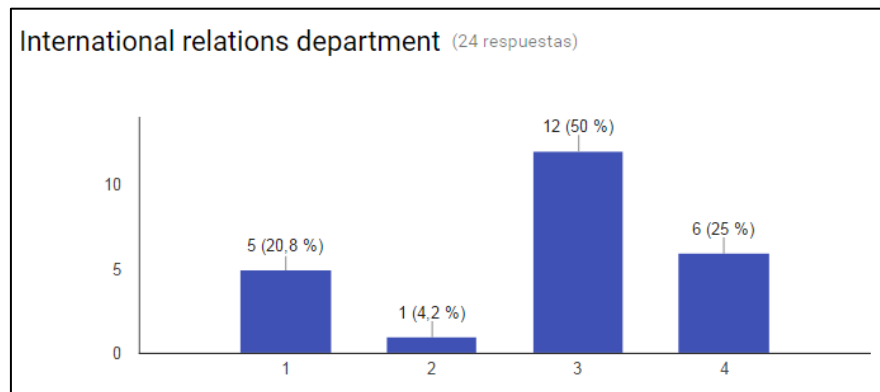


Figura 14: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 14 observamos que el 50% de los estudiantes encuestados califica al Departamento de Relaciones Internacionales como muy bueno, seguido del 25% que lo califica como excelente y el 20,8% malo. Con estos porcentajes podemos concluir que la DRI realiza un papel muy bueno con los estudiantes extranjeros.

- Ambiente Estudiantil

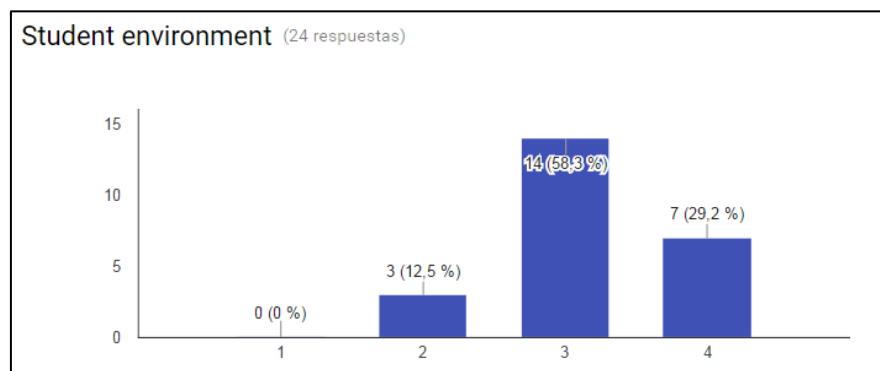


Figura 15: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la figura 15 observamos que el 58,3% de los estudiantes encuestados califica al ambiente estudiantil como muy bueno, seguido del 29,2% como excelente y el 12,5% como bueno. Por ende, el ambiente estudiantil de la PUCE tiene acogida para los estudiantes extranjeros que realizan su intercambio en la misma.

- Programa Padrino

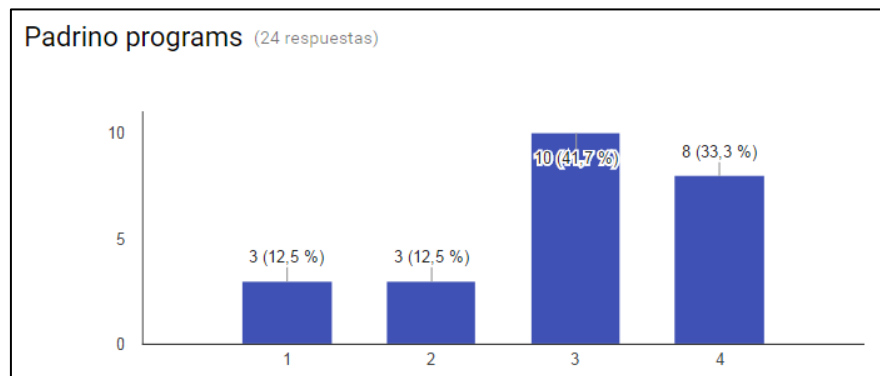


Figura 16: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 16 observamos el porcentaje de calificación para el programa Padrino que se encuentra dentro de los convenios de intercambio de la PUCE, esta pregunta nos da las tendencias de como los estudiantes extranjeros califican este proceso siendo así que el 41,7% de los estudiantes extranjeros encuestados dicen que el programa es muy bueno, seguido del 33,3% que lo califica como excelente y solo un 12,5% que es buen y malo respectivamente. Por ende, el dentro de los porcentajes más significativos el programa Padrino obtuvo una buena calificación.

- Programas de Inducción.

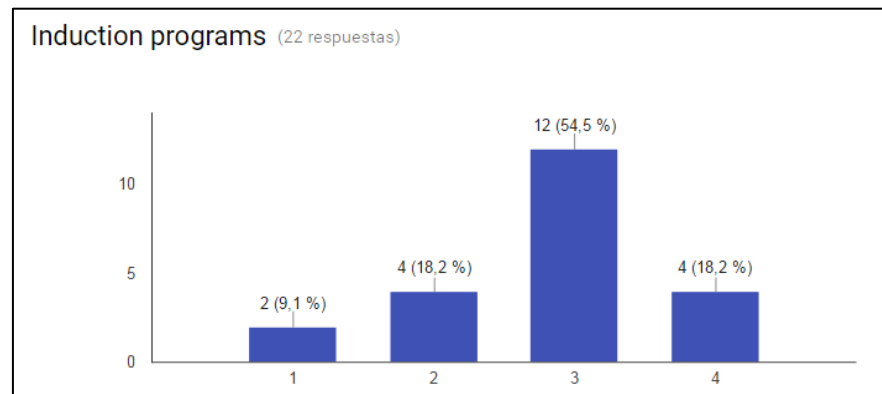


Figura 17: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 8

En la Figura 17 observamos que el 54,5% de los estudiantes encuestados califican a los programas de inducción como muy bueno, seguido del 18,2% como excelente y bueno respectivamente y el 9,1% como malo. Observando estos porcentajes podemos concluir que los programas de Inducción para los estudiantes de intercambio son muy buenos.

11. *¿Qué piensas sobre el nivel general de la PUCE?*

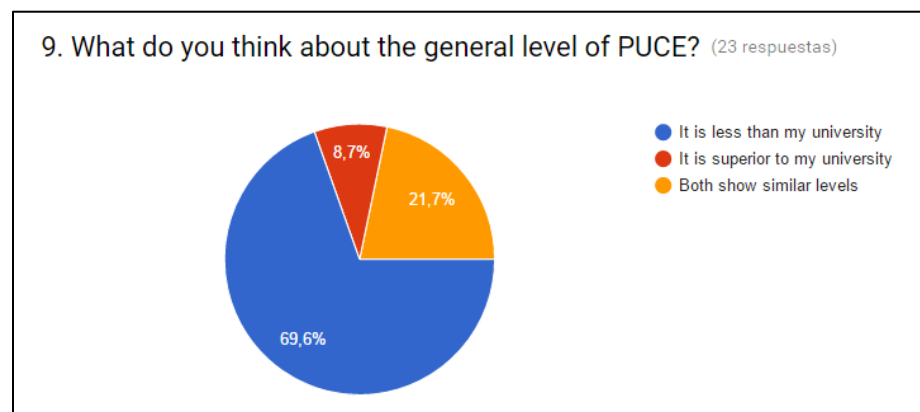


Figura 18: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 9

Mediante esta pregunta se puede analizar como los estudiantes extranjeros consideran a la PUCE en comparación con su universidad de origen de esta manera en la Figura 18 observamos que el 69,6% de los estudiantes encuestados consideran que el nivel de la PUCE es inferior a la de su Universidad de origen, seguido del 21,7% que considera que la PUCE tiene un nivel similar a la de su Universidad de Origen y el 8,75% considera que la PUCE es superior a la de su Universidad de Origen.

12. En tu opinión, ¿Cuán accesibles es el costo de estudiar en la PUCE?

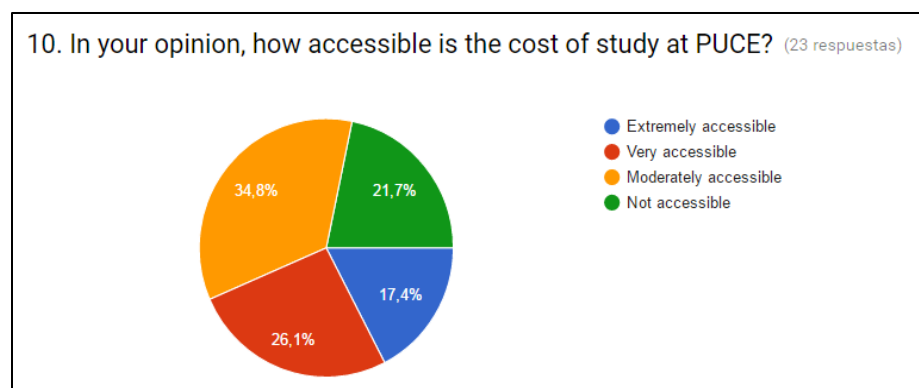


Figura 19: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 10

En la Figura 19 observamos que el 34,8% de los estudiantes encuestados considera que los costos de la PUCE son moderadamente accesibles, seguidos del 26,1% que considera es muy accesible, el 21,7% considera que los costos no son accesibles y el 17,4% considera que es extremadamente accesible. La tendencia en esta pregunta sobre los costos de la PUCE es moderada, considerando que los encuestados son estudiantes de intercambio y en muchos casos los estudiantes cuentan

con becas para realizar sus estudios, por ende, esta pregunta no nos da resultados favorables para realizar la promoción la PUCE a nivel internacional.

13. *¿Qué herramientas o sitios web que utilizo para obtener información acerca de la PUCE?*

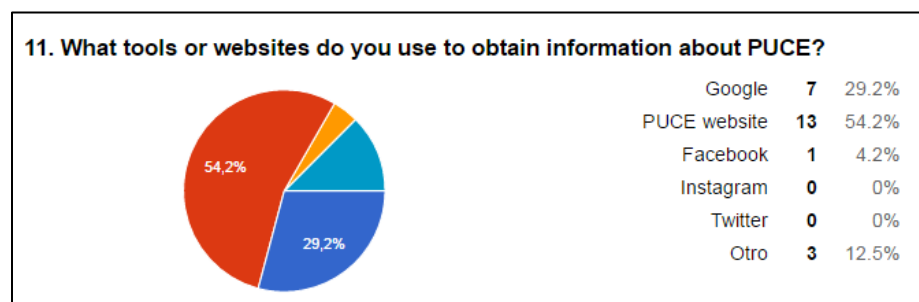


Figura 20: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 11

Esta pregunta es clave debido a que sustenta la realización del presente plan de promoción y que evidencia las herramientas que los estudiantes internacionales utilizaron para obtener información de la PUCE, en la Figura 20 observamos que el 54,2% de los estudiantes de intercambio encuestados, utilizaron la Pagina Web de la PUCE para obtener información de la misma, seguido del 29,2 % que utilizo Google, el 12,5% que corresponde a Otros se basó en información de personas, amigos, conocidos, y solo el 4,2% visito Facebook, considerando las opciones propuestas como Instagram, Twitter no se obtuvo ninguna respuesta con un 0%.

13. *¿Recomendarías a otros estudiantes para aplicar a PUCE?*

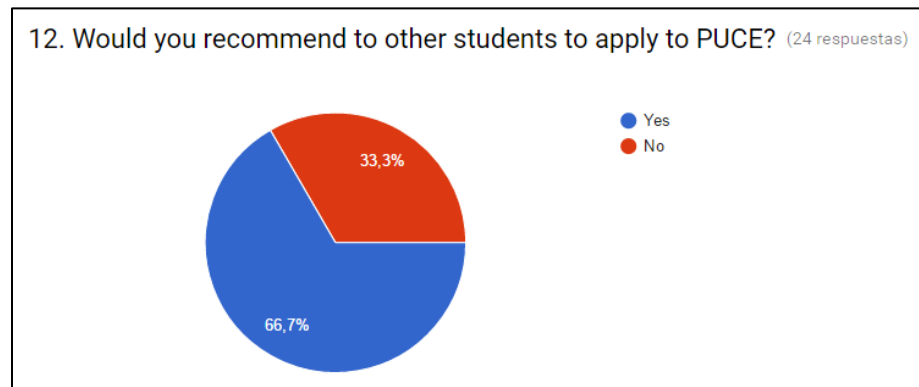


Figura 21: Estudiantes de Intercambio de la PUCE- Pregunta 12

En la Figura 21 observamos que el 66,7% de los estudiantes de intercambio encuestados recomendaría a otros estudiantes aplicar a la PUCE, seguido del 33,3% que no recomienda aplicar a la PUCE. Por ende, se obtuvo una respuesta positiva en los estudiantes que se encuentran realizando su intercambio en la PUCE.

2.6.5.2 Resultados Encuesta Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE

1. *Nacionalidad*

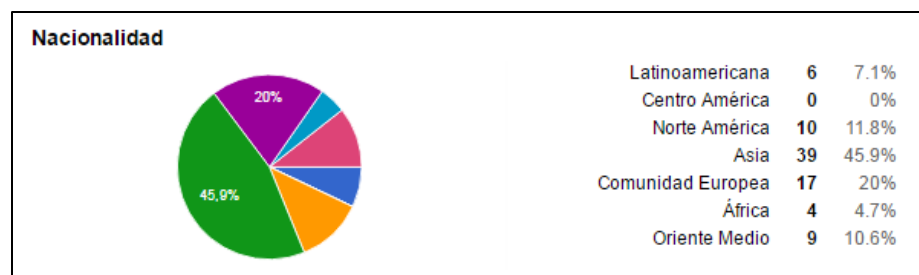
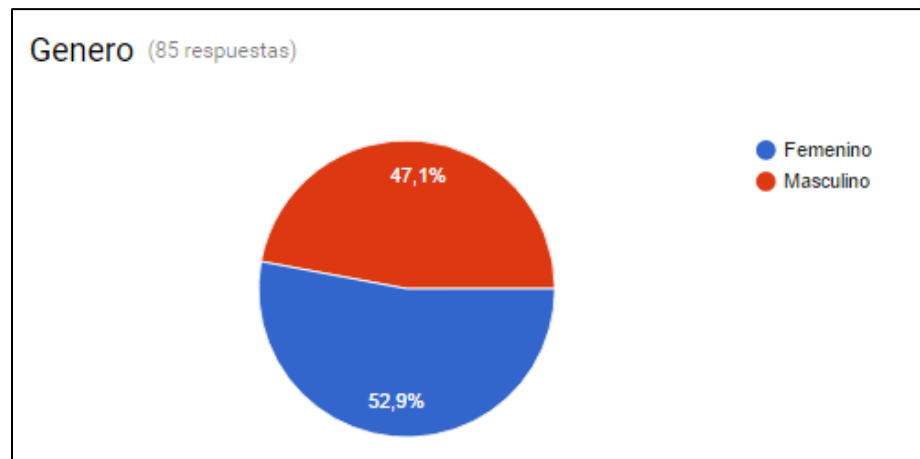


Figura 22: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 1

En la Figura 22 observamos que el 45,9% de los estudiantes encuestados son de nacionalidad asiática, seguido del 20% de nacionalidad europea el 11,9% de nacionalidad norte americana, 10,9% de Oriente Medio y con porcentajes más bajos el 7,1% latinoamericanos y por último el 4,7% africanos.

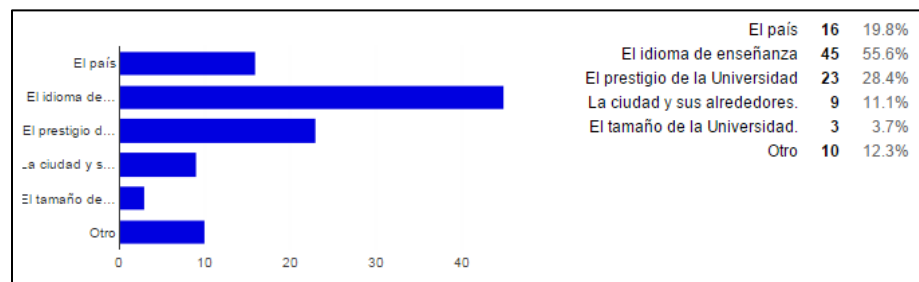
2. Género



**Figura 23: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 2**

En la Figura 23 observamos que el 52,9% de los estudiantes encuestados representa al género masculino y el 47,1% al género femenino.

3. ¿Cuáles han sido tus principales motivaciones para elegir la PUCE?

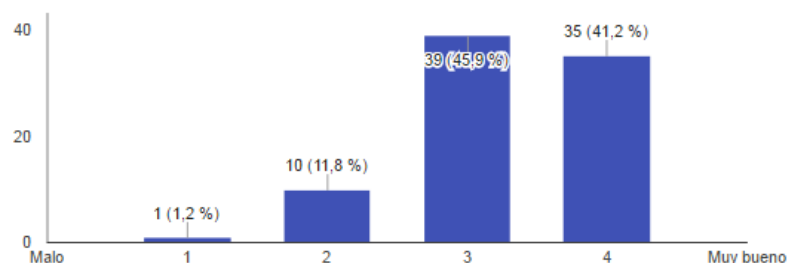


**Figura 24: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 24 observamos las opciones principales que motivaron a los estudiantes extranjeros para estudiar en la PUCE, el 55,6% eligió el idioma de enseñanza, seguido por el 28,4% lo hizo por el prestigio de la Universidad, el 19,8% lo hizo por el país, el 12,3% en opción Otros menciona que lo hizo por costos y por referencias, y por último el 11,1% por la ciudad y sus alrededores.

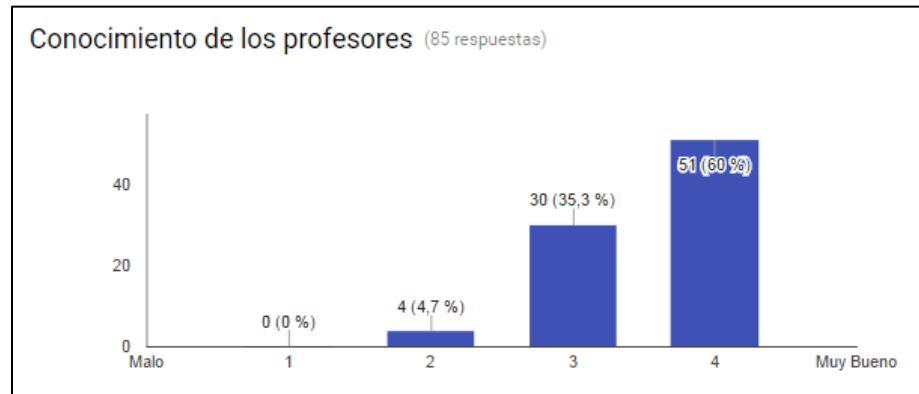
4. ¿Valoración de diferentes aspectos/servicios de la estancia en la PUCE?

Calidad de Clases (85 respuestas)



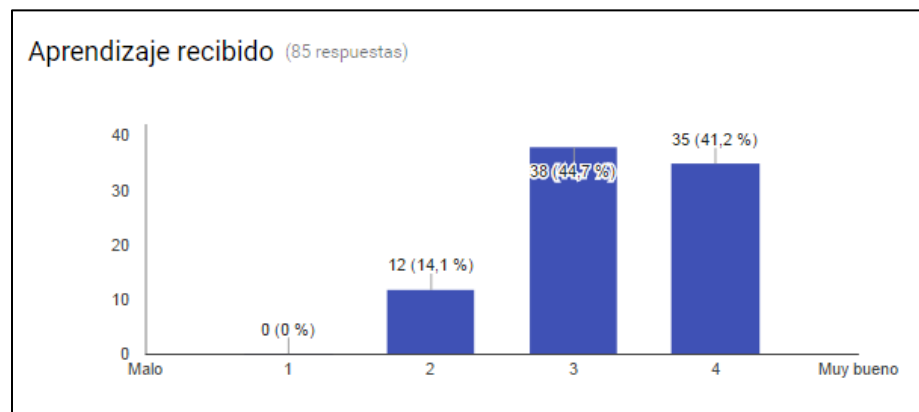
**Figura 25: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 25 se observa que el 45,9% califica a la calidad de clases como buena, seguido de 41,2% que considera que es muy buena y por ultimo solo el 11,8% califica como regular a la calidad de clases.



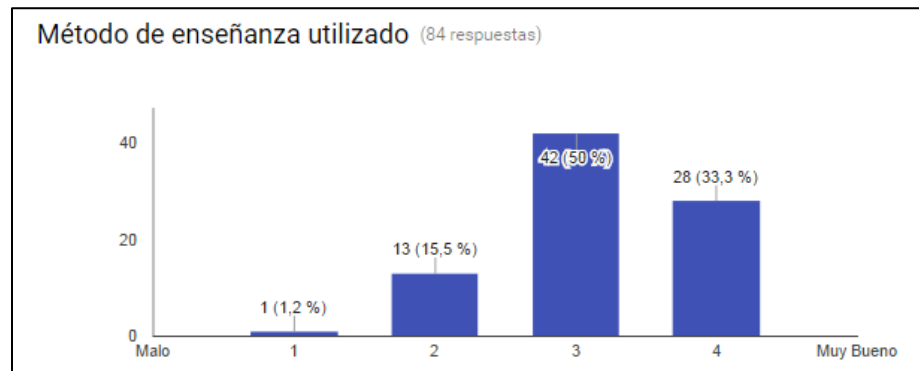
**Figura 26: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 26 se observa que el 60% de los estudiantes encuestados califica al conocimiento de los profesores como muy bueno seguido del 35,3% como bueno y un 4,7% como regular. Por lo tanto, el conocimiento de los profesores obtuvo una calificación positiva.



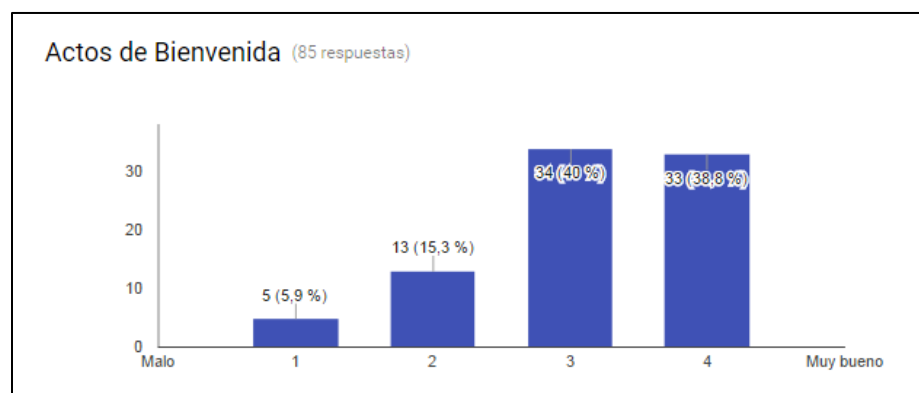
**Figura 27: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 27 se observa que el 44,7% califica a el aprendizaje recibido como bueno, seguido del 41,2% como muy bueno, y el 14.1% como regular. Por ende, se obtiene porcentajes de calificación altos para esta pregunta.



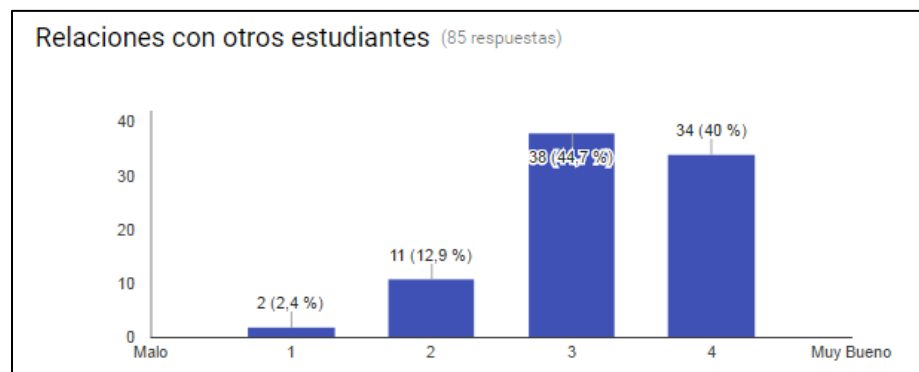
**Figura 28: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 28 se observa que el 50% de los estudiantes encuestados califican al método de enseñanza utilizado como bueno, seguido del 33,3% como muy bueno y el 15,5% como regular. Por tal motivo los porcentajes de calificación son positivos en esta pregunta.



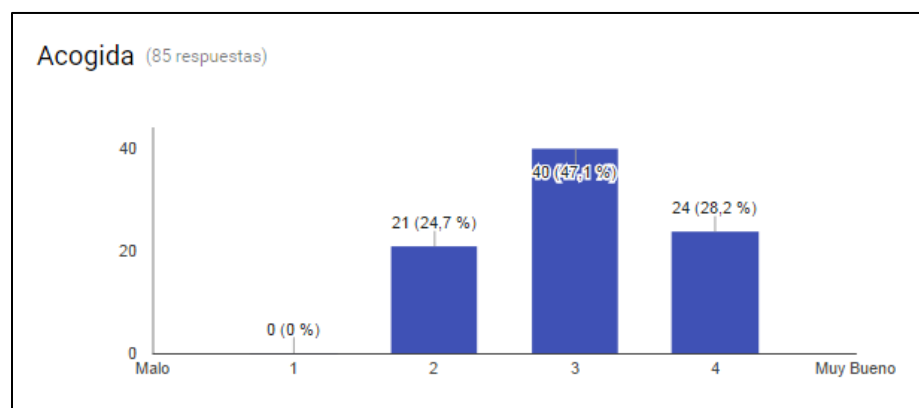
**Figura 29: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 29 se observa que el 40% de los estudiantes encuestados califica a los actos de bienvenida que realiza la PUCE como buenos, seguido del 38,8% como muy bueno y el 14,3% como regular. Esta pregunta obtiene porcentajes de calificación positivos lo cual son ventajas para la Universidad.



**Figura 30: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 30 se observa que el 44,7% de los estudiantes encuestados califica la relación con otros estudiantes de la PUCE como buena, seguido de 40% como muy buena y el 12,9% como regular.



**Figura 31: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 31 se observa que el 47,1% de los estudiantes encuestados califica la acogida de la PUCE como buena, seguido del 28,2% como muy buena y el 24,7% como regular. En relación con la Figura anterior al analizar los aspectos de relación y acogida por parte de la PUCE hacia los estudiantes internacionales los porcentajes de calificación son positivos de tal manera que resulta ser una ventaja para la universidad.

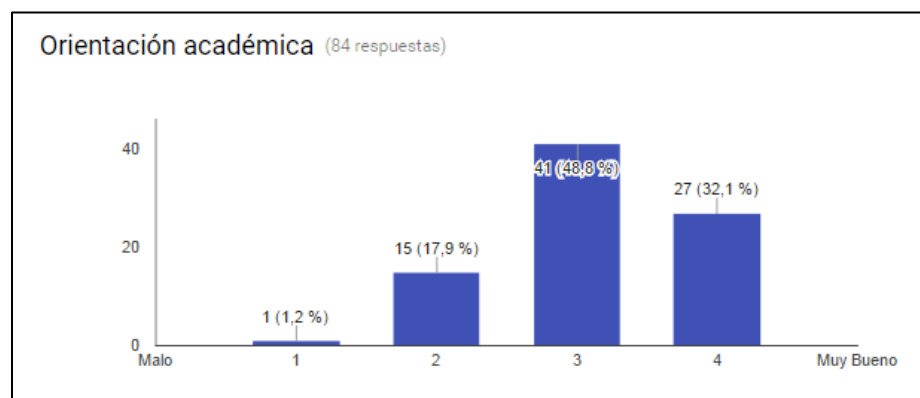


Figura 32 Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3

En la Figura 32 se observa que el 48,8% califica a la orientación académica por parte de la PUCE como buena, seguido por el 32,1% como muy buena y el 17,9% como regular.

En conclusión, a esta pregunta los porcentajes de calificación fueron favorables en la mayoría de los aspectos evaluados.

5. Piensas que el nivel internacional de la PUCE es:

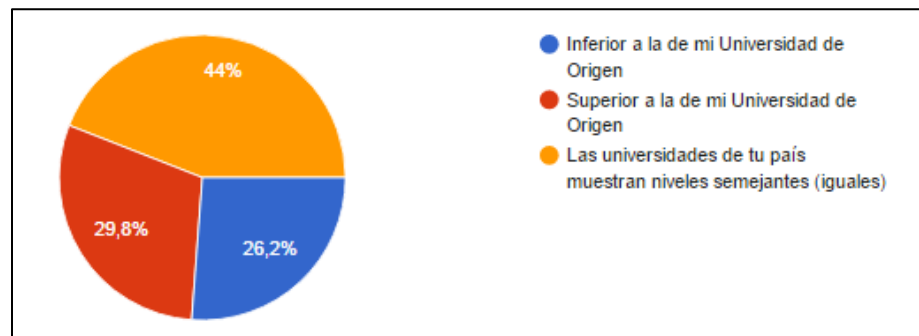


Figura 32: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3

En la Figura 33 se observa que el 44% de los estudiantes encuestados consideran que las universidades de su país de origen muestran niveles semejantes a la PUCE, seguidos del 29,8% considera que la PUCE es superior a su universidad del país de origen, y el 26,2% considera que la PUCE es inferior a su universidad de origen, por lo tanto, existe una respuesta favorable ante la imagen de la PUCE y se puede considerar como una ventaja.

6. En tu opinión, ¿qué tan accesible es el costo de estudiar en la PUCE?

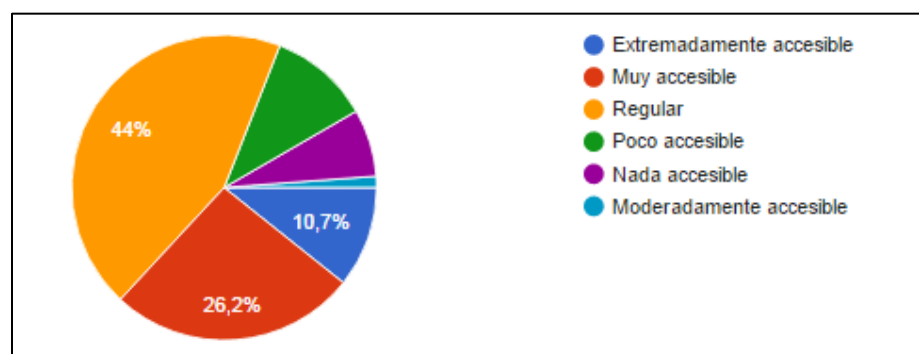


Figura 33: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3

En la Figura 34 se observa que el 44% de los estudiantes encuestados considera que el costo de estudiar en la PUCE es regular, seguido del 26,2% que considera es muy accesible y el 10,7% que considera es moderadamente accesible. Por ende, se puede considerar que el costo no está dentro de los parámetros accesibles para los estudiantes extranjeros de cursos abiertos.

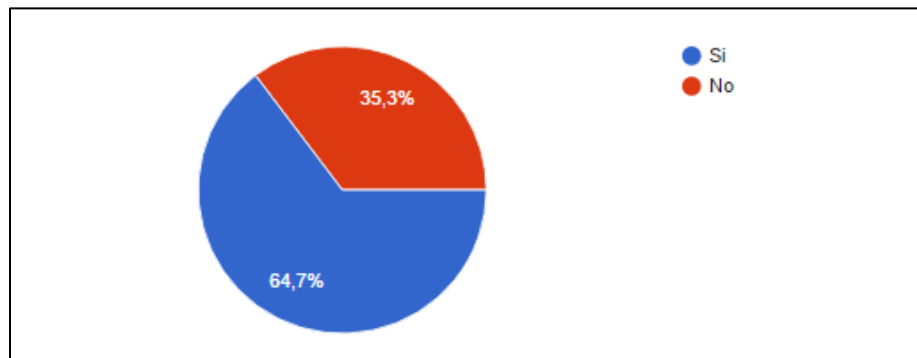
7. ¿Tenías otra opción a parte de estudiar en la PUCE?



Figura 34: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3

En la Figura 35 se observa que el 85,9% de los estudiantes encuestados no contaban con otra opción más que la PUCE mientras que el 14.1% considero otra opción a parte de la PUCE entre ellos se mencionan institutos de español.

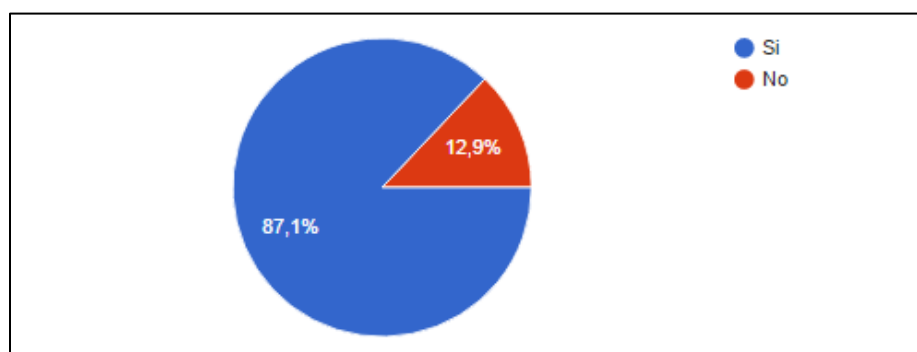
8. ¿Es posible obtener información sobre la PUCE en tu país de Origen?



**Figura 35: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

Mediante esta pregunta se quiere llegar a conocer si la información de la PUCE está al alcance de estudiantes a nivel internacional, en la Figura 35 se observa que el 64,7% de los estudiantes encuestados mencionan que si es posible obtener información en su país de origen mientras que el 35,3% mencionan que no es posible. En conclusión, la información de la PUCE puede obtenerse a nivel internacional.

9. ¿Recomendarías a otros estudiantes extranjeros a estudiar en la PUCE?



**Figura 36: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE -
Pregunta 3**

En la Figura 36 se observa que el 87,1% de los estudiantes encuestados si recomendaría a la PUCE a otros estudiantes extranjeros, mientras que el 12,9% no recomendaría la PUCE, por ende, el porcentaje obtenido en esta pregunta es favorable, lo cual nos da pautas para enfocarnos mas en la promoción de la misma.

10. ¿Qué herramientas o sitios web utilizaron para obtener información sobre la PUCE?

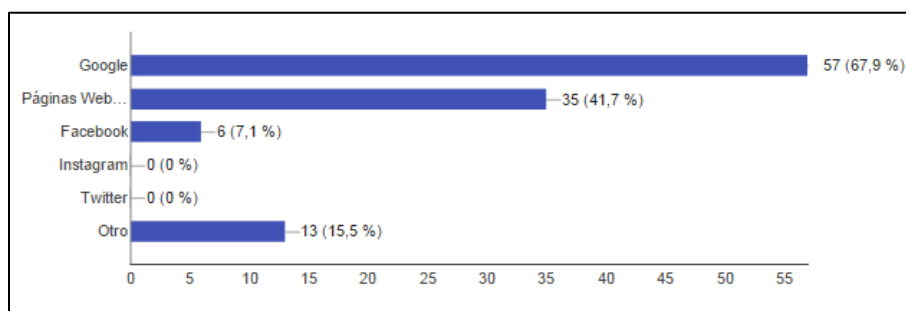


Figura 37: Estudiantes de Cursos Abiertos Español PUCE - Pregunta 3

Como ya habíamos observado en la encuesta de los estudiantes que se encuentran de intercambio en la PUCE, esta pregunta es clave debido a que sustenta la realización del presente plan de promoción y que evidencia las herramientas que los estudiantes extranjeros utilizan para obtener información de la PUCE, en la Figura 37 observamos que el 67,9% de los estudiantes extranjeros encuestados, utilizaron Google para obtener información sobre la PUCE, seguido del 41,7 % utilizó la Página Web de la PUCE, el 15,5% que corresponde a Otros se basó en información de personas, amigos, conocidos, y solo el 7,1% visitó

Facebook, considerando las opciones propuestas como Instagram, Twitter no se obtuvo ninguna respuesta con un 0%.

2.6.6 Informe de las Encuestas

Generalidades

A continuación, se presenta un resumen de los aspectos más importantes que se pudo obtener de los estudiantes extranjeros tanto de programas de intercambio como de cursos abiertos, dicho resumen muestra la información recopilada de las dos encuestas.

- Aspectos Demográficos

La mayoría de estudiantes extranjeros pertenecen al continente europeo seguido del asiático y del americano, mismo que nos da la pauta para poder dirigirnos a este segmento de mercado.

Con relación a la edad la mayoría de estudiantes se encuentran entre los 18 y 25 años teniendo así un mercado joven entre hombres y mujeres con un porcentaje equitativo.

- Aspectos Motivacionales.

Dentro de los aspectos relevantes entre los motivos para escoger la PUCE la mayoría de estudiantes considero que fue por el país, tomando en cuenta

que el estudiante de intercambio no conocía Ecuador, lo cual destaca una buena referencia para enfocarnos en la promoción del mismo, como una fortaleza para obtener más estudiantes extranjeros.

Otra de las motivaciones para escoger la PUCE fue el lenguaje es decir el idioma español que obviamente se obtuvo un alto porcentaje debido a enfocarnos en los cursos abiertos de la escuela de lenguas, sin embargo, la mayoría de los estudiantes de intercambio también ven como motivación poder aprender y mejorar su español dentro de los programas ofertados.

Adicional a esto el prestigio de la universidad fue también un factor importante, la mayoría de los estudiantes tanto de intercambio como los de cursos abiertos de lenguas, consideraron a la PUCE como primera opción teniendo en cuenta que existían otros programas de convenio y otros institutos para estudiar idiomas, lo cual nos indica que tenemos un buen prestigio y acogida como ya se ha mencionado en las fortalezas de la PUCE.

- Aspectos Educativos.

Valoración de la PUCE

Se consideró importante evaluar algunos aspectos de la PUCE para de esta manera tener una visión más clara sobre la percepción de los estudiantes extranjeros, para esto se encuestó a los dos grupos de estudiantes ya mencionados con anterioridad, estos aspectos fueron los siguientes:

- Calidad en las clases
- El conocimiento de los profesores
- Aprendizaje
- Método de los maestros
- Departamento de relaciones internacionales
- Ambiente estudiantil
- Los programas de inducción
- Asesoramiento académico
- Orientación Académica
- Departamento de Relaciones Internacionales.

Dentro de estos resultados se obtuvo calificaciones positivas en los dos grupos de estudiantes extranjeros encuestados, ninguno de estos parámetros presento un porcentaje de calificación baja. Por tal motivo se puede percibir que las PUCE brinda un buen servicio académico.

El nivel de educación de la PUCE con respecto a la universidad de origen de los estudiantes extranjeros, no fue favorable, ya que la mayoría de estudiantes considera que la PUCE es inferior a la de su país, por tal motivo se debe hacer mejoras e implementar nuevas estrategias para mejorar el nivel de la PUCE a nivel internacional.

- Aspectos Económicos.

En lo económico se manifestó que la universidad tiene costos moderadamente accesibles y regulares tanto para los estudiantes de intercambio como para los de cursos abiertos respectivamente.

Al hacer este análisis conjuntamente con el Focus Group se puede llegar a la misma conclusión por ende se debería tomar en cuenta estos resultados y realizar un análisis económico de los precios a nivel internacional que ofrece la PUCE.

- Aspectos de Promoción.

Es importante conocer sobre el tipo de información que brinda la PUCE a nivel internacional es por ello que se consideró encuestar si es posible obtener información sobre la PUCE en los países de origen de los estudiantes extranjeros, es por ellos que en los dos casos de estudiantes se concluyó que si era posible hacerlo. Anclado a esta pregunta era necesario saber que herramientas se utilizó para obtener información sobre la PUCE, y se presentó varias opciones dentro de ellas fueron:

- Google
- Página Web de la PUCE
- Facebook
- Instagram

- Twitter
- Otros

La mayoría de los estudiantes en los dos casos presentados tanto para los estudiantes de intercambio como para los de cursos abiertos, utilizaron Internet siendo Google la herramienta más utilizada, seguido de la página Web de la PUCE, adicional a esto y con una valoración poco importante las redes sociales no son muy utilizadas al momento de indagar sobre la PUCE, sin embargo, Facebook es la red social más utilizada dentro de las propuestas.

Este resultado es importante y al mismo tiempo clave debido a que sirve como sustento a la realización del presente plan de promoción y que evidencia las herramientas que los estudiantes extranjeros utilizan para obtener información de la PUCE, de esta manera se puede tener un mejor enfoque para proponer las estrategias de promoción académica internacional en el siguiente capítulo.

3 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN PARA LA OFERTA ACADÉMICA A NIVEL INTERNACIONAL

3.1 INTRODUCCIÓN

Hoy en día es evidente que el paso a una sociedad del conocimiento exige cambios en la Universidades Latinoamericanas y más aún en Ecuador cuya dimensión requiere nuevos enfoques en la educación, la investigación y la colaboración con la sociedad y las empresas. Esta imprescindible modernización de las Universidades han de basarse en la promoción de la excelencia en formación e investigación, la internacionalización del sistema universitario y su implicación en las demandas sociales el cambio de modelo económico basado en el conocimiento y en la mejora de la innovación.

El sector educativo en el Ecuador ha ido creciendo en los últimos años, gracias a la aparición de varias instituciones de educación superior a lo largo de todo el país, las mismas que ofrecen servicios de educación superior para todos los estratos sociales y culturales, enfocada a su vez a ofrecer oferta académica internacional.

Uno de los rasgos salientes de la Educación Superior en el comienzo de siglo XXI es el de su creciente internacionalización, que entre otros aspectos se manifiesta por una mayor presencia de estudiantes extranjeros en las universidades.

Las instituciones que integran el sistema universitario ecuatoriano poseen un capital humano y de conocimientos que deben ponerse en valor en este nuevo contexto, contribuyendo activamente al desarrollo nacional y su inserción en la región y en el mundo.

En este sentido, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, a partir de esta necesidad crea Relaciones Internacionales y procura fomentar y promover la cooperación académica interinstitucional a nivel internacional con el fin de lograr un beneficio académico entre docentes, estudiantes, investigadores y administrativos universitarios, contribuyendo de esta manera, a su formación y capacitación integral enmarcada dentro de los principios de lo puesto en marcha nacionales de asistencia especializada.

En la actualidad debido al ingreso de varios competidores al mercado y más aun a nivel mundial y de la fuerte competencia que existe en el sector educativo, es indispensable proponer un Plan de Promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel Internacional.

3.2 ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA PROMOCIÓN

3.2.1 Análisis de la Promoción Internacional de la PUCE

3.2.1.1 Oportunidades

Incentivar a los estudiantes del exterior a realizar intercambios, y estudios de cursos abiertos de lenguas en la Escuela de Español en la PUCE, explicando todas las ventajas que ofrece realizar estudios en el exterior.

Utilizar medios alternativos para publicar los programas internacionales e intercambios de la PUCE.

Analizar las estrategias que utiliza la competencia para atraer estudiantes extranjeros y de esta manera aplicar las herramientas necesarias para competir de una mejor manera en el mercado.

3.2.1.2 Amenazas

Entrada de los potenciales competidores a nuevos mercados internacionales no explorados por la PUCE.

Campañas publicitarias agresivas realizadas por la competencia que reduzca la captación de estudiantes extranjeros.

Estrategias de la competencia para captar más estudiantes internacionales, ofreciendo menores costos de programas de intercambio y a su vez logren tener más convenios que la PUCE.

Convalidación de los pensum de estudio internacional de la competencia que sean más atractivos para los estudiantes extranjeros.

La economía del país y el grado de delincuencia que existe en el Ecuador.

3.2.1.3 Fortalezas

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador cuenta con un alto nivel de prestigio lo cual es percibido por los aspirantes de los intercambios y programas de cursos abiertos de lenguas.

La Certificación QS TOPUNIVERSITIES clasificador de universidades internacionales ubica a la PUCE en el puesto 78 dentro del ranking de América Latina y el puesto 701 a nivel mundial.

La PUCE pertenece a múltiples organizaciones nacionales e internacionales, es miembro de la AUSJAL (Asociación de Universidades confiadas a la Compañía de Jesús en América Latina), y forman parte de esta asociación latinoamericana porque su dirección y administración están encomendadas los jesuitas ecuatorianos.

Es importante subrayar el significado de esta pertenencia: con otras veintiséis universidades repartidas por todo el continente, constituye una oferta de Educación Superior caracterizada por su inspiración cristiana y por su aspiración a una calidad académica en la que sobresale la formación integral de la persona.

La Federación Internacional de Universidades Católicas (FIUC), con sede en París, Francia, fue constituida como una instancia importante que ha permitido a las universidades católicas que la integran reflexionar juntas sobre su misión.

En 1975, la FIUC fundó el Centro Coordinador de la Investigación, el cual implementa programas y proyectos, así como promueve la investigación científica concentrada en la red de universidades católicas; coordina acciones entre investigadores; disemina los resultados de las investigaciones a través de informaciones y publicaciones a nivel internacional.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador se encuentra en el primer lugar de las instituciones ecuatorianas en investigación según el ranking de la revista Nature. Cada año, la revista estadounidense realiza un ranking de las mejores instituciones por país, evaluando los resultados de investigación en ciencias naturales.

En esta ocasión la PUCE ocupa el primer lugar en Ecuador, por su aporte a la ciencia e ingeniería en el año 2015. (Diario El Comercio, 2016)

La Asociación Internacional de Universidades (IAU) es una organización mundial que tiene como miembros a instituciones de más de 50 países, las cuales cooperan en una amplia red de entes nacionales, regionales e internacionales, donde se fundamentan los principios de las universidades: el derecho a la adquisición del conocimiento por medio propios, la búsqueda de la verdad, la tolerancia ante las opiniones divergentes y la libertad de ideología. La Asociación intenta representar a las universidades como instituciones sociales que promueven, a través de la docencia y la investigación, los principios de libertad y justicia, de dignidad humana y de solidaridad, y constituye mediante la cooperación

intencional a proporcionar ayuda material y moral para el fortalecimiento de la educación superior.

La Pontificia Universidad Católica (PUCE) invirtió USD 6 millones para la construcción del nuevo Centro de Investigación para la Salud en América Latina, en el campus de Nayón, oriente de la ciudad, el mismo que da lugar para atraer estudiantes, investigadores y profesores a nivel internacional.

El Centro de Investigación para la Salud de América Latina (Ciseal) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador trabaja conjuntamente con instituciones internacionales para enfrentar los retos de la salud pública que integran el saber global con el conocimiento local. Por ejemplo, tres científicos del Instituto de Investigación para el Desarrollo (Francia) están trabajando con investigadores ecuatorianos y latinoamericanos en la enfermedad de chagas. Esta afecta entre seis y siete millones de personas en el mundo (la mayoría de ellas en América Latina, según un informe del 2016 de la Organización Mundial de la Salud).

3.2.1.4 Debilidades

La PUCE no cuenta con presupuesto para la promoción internacional.

No existe difusión de los convenios internacionales e intercambios tanto en la PUCE como a nivel internacional, además de falta de comunicación

interna dentro de la PUCE para poder fortalecer promoción a nivel internacional.

Los costos para los estudiantes internacionales son muy altos con respecto a la competencia.

No existen pensum establecidos con materias para convalidación en los convenios internacionales, los currículos no son flexibles.

Poco personal tanto para Promoción como para Relaciones Internacionales de la PUCE.

No existe una residencia universitaria para estudiantes extranjeros.


La Página Web de la PUCE es obsoleta no ofrece información precisa sobre los convenios, para estudiantes extranjeros, además de no contar con información adecuada para las personas extranjeras.

No se cuenta con páginas Web interactivas en Relaciones Internacionales, que al menos tenga varios idiomas para mayor publicidad a nivel internacional.



Figura 38: Captura de pantalla Pagina Web D.R.I PUCE

Fuente: http://www.puce.edu.ec/dri/dripuce/La_DRI.html

Estudiantes Internacionales  English

La DRI | Estudiantes PUCE | Estudiantes Internacionales | Universidades de Convenio | Convocatorias | Contacto

CALENDARIO ACADÉMICO ESTUDIANTE S EXTRANJERO S CON CONVENIO (CURSO S DE ESPAÑOL & CURSO S ESPECIALIZADO S) ENERO – MAYO 2016

SEGUNDO SEMESTRE 2015-2016 (Enero- Mayo 2016)	
Fecha límite para postular	27 de Noviembre 2015
Orientación (Asistencia obligatoria)	13, 14 & 15 de Enero de 2016
Examen de ubicación español (Obligatorio)	14 de Enero de 2016
Inicio de clases	18 de Enero de 2016
Fin de clases	20 de Mayo de 2016
Cursos Intensivos de Español	
Primer ciclo - Curso de Español	Del 18 de enero al 15 de marzo de 2016 Lunes a viernes de 09h00 a 12h30
Segundo ciclo-Curso de Español	Del 28 de marzo al 20 de mayo de 2016 Lunes a viernes de 09h00 a 12h30

CALENDARIO ACADÉMICO ESTUDIANTE S EXTRANJERO S CON CONVENIO QUE DE SEEN TOMAR MATERIAS EN LAS DIFERENTE S FACULTADE S DE LA PUCE

SEGUNDO SEMESTRE 2015-2016 (Febrero-Julio 2016)	
Fecha límite para postular	20 de Enero de 2016
Orientación (Asistencia obligatoria)	24,25 y 26 de Febrero de 2016
Examen de ubicación español (Obligatorio)	25 de Febrero de 2016
Inicio de clases	29 de Febrero de 2016
Fin de clases	01 de Julio de 2016

DOCUMENTO S REQUERIDO S PARA POSTULAR:

1. Descargue y llene el siguiente: [Formulario de Inscripción](#)
2. Copia a color del pasaporte válido por mínimo 6 meses.
3. Certificado de notas emitido por la universidad de origen.
4. Carta de intención. El estudiante debe indicar las razones que le motivan a realizar estudios en la PUCE.
5. 3 fotografías tamaño carnet.
6. Certificado médico.
7. [Formulario de alojamiento](#), si el estudiante desea alojarse con una familia anfitriona.

Avisos importantes:

1. Las postulaciones deben ser remitidas por la universidad de origen; los documentos enviados directamente por los estudiantes no serán aceptados.
2. La documentación puede ser enviada primero por correo electrónico a drueda@puce.edu.ec y posteriormente por correo regular a:

DIRECTOR(A) DE RELACIONES INTERNACIONALES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
Torre 1, piso 10

» Descargue el Formulario de Inscripción

» Descargue el Formulario de Alojamiento








Figura 39: Captura de pantalla de Página Web D.R.I. PUCE

Fuente: http://www.puce.edu.ec/dri/dripuce/Estudiantes_Internacionales.html”

En las Figuras 38 y 39 observamos la información actual de la página Web de la PUCE la misma que es muy básica en comparación a otras universidades donde con solo visitar los sitios Web se obtiene todo tipo de información necesaria para un estudiante internacional además de no estar actualizada en fechas calendario de los semestres, no cuenta con información por facultad ni los requisitos y formularios para poder realizar un intercambio o estudios de verano.

3.2.2 Análisis Comparativo de las Ofertas Académicas de la Competencia Directa de la PUCE a nivel Internacional, Convenios Internacionales y Páginas Web para usuarios del exterior

Para el presente estudio se ha determinado como competencia directa de la PUCE a las siguientes Universidades tanto Nacionales como Internacionales:

- Universidad de las Américas (UDLA)
- Universidad San Francisco de Quito
- Universidad Internacional del Ecuador
- Universidad Internacional SEK

Para la recolección de la información que se presenta a continuación se utilizó la técnica de la observación a cada una de las instituciones que representan competencia directa para la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, a la vez también se utilizó la técnica del cliente encubierto que consistió en visitas a cada una de las universidades ya mencionadas con la finalidad de obtener mayor cantidad de información posible y poder comparar la promoción que las mismas realizan a nivel internacional.

3.2.2.1 Universidad de las Américas (UDLA)

La UDLA cuenta con el Departamento de Relaciones Internacionales a cargo de 4 personas entre Director y coordinadores, al momento de pedir información sobre intercambios, brindan atención amable, y organizada.

Adicionalmente la información solicitada para realizar un intercambio fue de manera eficaz, esto se pudo verificar como cliente fantasma solicitando la misma para poder realizar un intercambio por medio de la Facultad de Negocios, lo cual, en el momento de investigar sobre los intercambios se pudo obtener información de costos, programas, y convenios que ofrece esta Universidad, misma información que fue enviada al correo electrónico personal, adjunto los formularios y requisitos para solicitar un intercambio.

Requisitos:

Haber terminado el cuarto semestre de tu carrera.

- No tener obligaciones financieras pendientes.
- No tener faltas disciplinarias.
- Tener un promedio global acumulado de 8/10. (en caso de no cumplir con este requisito se necesita dos cartas de recomendación de profesores de la carrera)

Documentos Necesarios:

- Formulario de intercambios debidamente completado.
- Copia de tu pasaporte vigente.

- Historial de notas (impresión del sistema).
- Comparación de las mallas académicas de la carrera correspondiente; tanto de la universidad anfitriona como de la UDLA, con el coordinador respectivo.
- Carta de responsabilidad suscrita por los Representantes.
- Seguro de viaje internacional, vigente por la duración del intercambio.

La UDLA cuenta con varios servicios internacionales:

- Asesoramiento y facilitación de intercambios para estudiantes UDLA que quieren estudiar en el extranjero y para estudiantes extranjeros que quieren estudiar en la UDLA.
- Apoyo a docentes que desean llevar una clase al extranjero, traer estudiantes o docentes a la UDLA o hacer un vínculo con universidades extranjeras.
- Asesoramiento a los docentes si quieren salir del país para hacer investigación o estudiar en el extranjero.
- Ayuda en la creación de cursos virtuales internacionales.

- Apoyo en la creación de cursos cortos en colaboración con facultades y la Dirección de Investigación para estudiantes ecuatorianos y extranjeros en temas variados.
- Difusión de oportunidades externas para que los estudiantes y docentes de UDLA puedan aprovecharlas para estudiar, trabajar o hacer investigación en el extranjero.
- Asesoramiento en recursos, becas y otros tipos de financiamiento para actividades internacionales.
- Desarrollo y procesamiento de convenios internacionales.

La UDLA es parte de Laureate International Universities, la red internacional de universidades privadas más grande en el mundo y líder en educación superior. Tiene más de 80 instituciones educativas en 29 países alrededor del mundo y cerca de 950.000 estudiantes distribuidos en sus más de 100 campus ubicados en: Europa, Latinoamérica, Norteamérica, Asia, África, Medio Oriente y Oceanía.

Las instituciones ofrecen cientos de programas para tercer y cuarto nivel en campos que incluyen arquitectura, arte, negocios, gastronomía, diseño, educación, ingeniería, ciencias de salud, hospitalidad y turismo, informática, leyes y medicina. (UDLA, 2016)

Listado de Convenios por Carrera de la UDLA (Ver Anexo 7).

Páginas Web Relaciones Internacionales UDLA

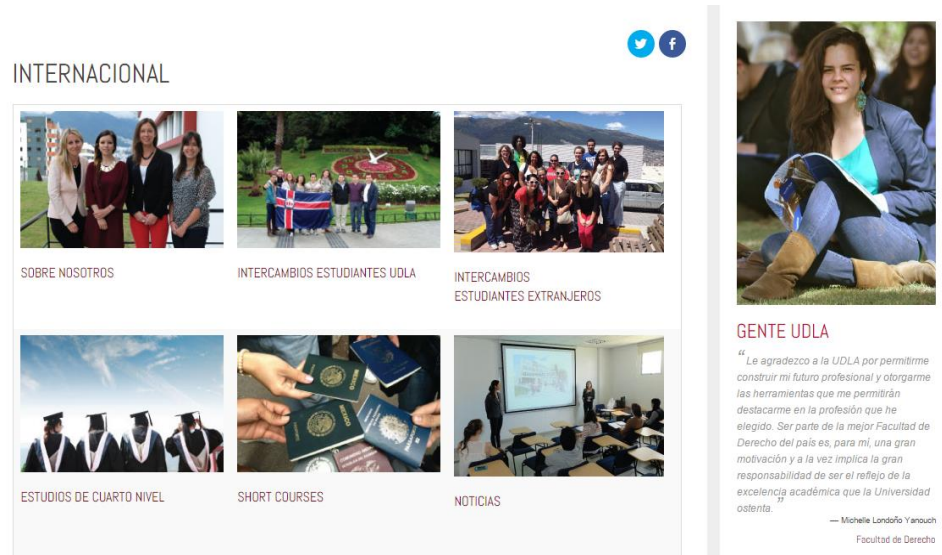


Figura 40: Captura de pantalla de Página Web UDLA

Fuente: <http://www.udla.edu.ec/sobre-nosotros>

En la figura 40 se observa la Página Web de Relaciones Internacionales de la UDLA donde se encuentra: Intercambio Estudiantes UDLA, Estudiantes Internacionales, Estudios de Cuarto Nivel, Área de docentes-investigadores, Short Courses, Noticias y sus contactos.



Figura 41: Captura de pantalla de Página Web UDLA

Fuente: <http://www.udla.edu.ec/sobre-nosotros>

En la figura 41 observamos la página Web de Intercambio de Estudiantes UDLA donde se encuentra opciones como, Pasos para estudiar fuera, requerimientos para aplicar a un intercambio de un semestre o un año, Proceso de Postulación y Selección, Fechas Límite de Postulación por semestres, Documentos necesarios, Vida estudiantil, recomendaciones para los estudiantes que vayan a realizar un intercambio, además cuenta con Archivos de intercambios por Carrera y por País la cual se actualiza cada 5 minutos como podemos observar en la figura 42 y 43.

UDLA Intercambios por carrera			
Arquitectura y Diseño	Ciencias Económicas y Admin.	Comunicación y Artes Visuales	Derecho y Ciencias Sociales
Agropecuaria	Inglés	Medicina	Música
	Odontología	Psicología	Salud
		Tecnologías	
UDLA - Programas Internacionales			
	Universidad	País	Carrera de intercambio
Arquitectura			
1	UNINORTE	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
2	Faculdade dos Guararapes FG	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
3	Anhembi Morumbi	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
4	UnP - Universidade Potiguar	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
5	Universidade Salvador UNIFACS	Brasil	Arquitectura
6	Centro Universitário Ritter dos Reis	Brasil	Arquitectura
7	UNIRITTER	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
8	Faculdade Internacional da Paraíba FIPB	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
9	Faculdades Metropolitanas Unidas - FMU	Brasil	Arquitectura e Urbanismo
10	Universidad Viña del Mar UVM	Chile	Arquitectura
11	Instituto Profesional AIEP	Chile	Dibujo de Arquitectura y Obras Civiles
12	Universidad Andrés Bello UNAB	Chile	Arquitectura
13	UDLA Chile	Chile	Arquitectura
14	Xi'an Jiaotong-Liverpool University XJTLU	China	Architectural Engineering
15	Universidad Latina	Costa Rica	Arquitectura
16	Universidad Europea de Madrid UEM	España	Varías carreras
17	Universidad Europea de Canarias UEC	España	Fundamentos de la Arquitectura
18	Universidad Europea de Valencia UEV	España	Fundamentos de la Arquitectura + Máster Universitario en Arquitectura
19	New School of Architecture and Design	EEUU	Architecture (Various programs)
20	*Southeast Missouri State University SEMO	EEUU	Pre-architecture
21	UNITEC	Honduras	Arquitectura
22	University of Petroleum and Energy Studies	India	Bachelor of Planning
	UDPS		

Published by Google Sheets – Informar de uso inadecuado – Actualizado automáticamente cada 5 minutos

Figura 42: Captura de pantalla de Página Web UDLA Programas Internacionales por carrera

Fuente: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LckGTsQKmot3_TEq5a5Gj1QYyevQr2iNH13Sg7KJRms/pubhtml

UDLA - Programas Internacionales			
América Central			
	Universidad	País	Carrera de intercambio
Costa Rica			
1	Universidad Americana UAM	Costa Rica	Administración de Negocios
2			Licenciatura en Comunicación de Mercadeo
3			Licenciatura en Derecho
4			Técnico en Diseño Y Desarrollo Web
5			Diseño Publicitario
6			
7			Ingeniería Industrial
8			Ingeniería de Sistemas
9			Psicología Organizacional
10			Terapia Física
11			Administración de Negocios
12			Arquitectura
13			Comunicación colectiva con énfasis en producción audiovisual

Published by Google Sheets – Informar de uso inadecuado – Actualizado automáticamente cada 5 minutos

Figura 43: Captura de pantalla de Página Web UDLA Programas Internacionales por país

Fuente: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tB8IOKV3OAIktlb3orDZ5J9Ey4VBhlcOtBU4WYr1jA/pubhtml>



Figura 44: Captura de pantalla de Página Web UDLA Intercambios Estudiantiles

Fuente: <http://www.udla.edu.ec/intercambio-estudiantes-udla/>

En la Figura 44 se observa la página Web de la UDLA sobre los Intercambios de estudiantes en la misma se visualiza como aplicar un intercambio en el extranjero los pasos a seguir, los requerimientos para aplicar el mismo, el proceso de postulación y selección, fechas límites generales para aplicar un intercambio, cada una de estas pestañas cuenta con información detallada.

Adicionalmente se detalla el costo de hacer un intercambio en la UDLA lo cual depende del tipo de programa, duración y si la UDLA tiene un convenio con la universidad anfitriona sería igual al costo de la UDLA.

Si el estudiante quiere hacer un intercambio en una universidad fuera de los convenios, el alumno debe ponerse en contacto para conversar de tus opciones.

Además, la UDLA ofrece financiamiento si el/la estudiante quiere hacer un intercambio en una universidad con la cual tiene un acuerdo bilateral, el/la estudiante pagará la misma matrícula a la UDLA durante el tiempo que está de intercambio. Es decir, el valor de la matrícula será igual para el/la estudiante.

Si el/la estudiante tiene una beca para estudiar en la UDLA y quiere hacer un intercambio con una universidad con la cual tenemos un convenio de precio o un acuerdo bilateral, el/la estudiante pagará la misma pensión/matrícula a la UDLA durante el tiempo que está de intercambio. Es decir, no hay matrícula adicional y la beca todavía aplica. (UDLA, 2016)

La misma información publican en información de becas de manera regular en su página de Facebook.

Además, cuenta con financiamiento con el programa de Becas We Make Scholars., Becas para estudiantes en España, Becas para estudiar en Holanda y Eduexpo la feria de estudios en el exterior que ofrece becas para alrededor del mundo, con la cual tiene convenio.

Por último, la página Web sobre intercambios cuenta con información para el regreso de los estudiantes de intercambio con los pasos para poder convalidar las materias realizadas en la universidad del exterior además de notas, lo cual facilita al estudiante tener en cuenta los documentos que debe realizar antes de volver a incorporarse a la UDLA.

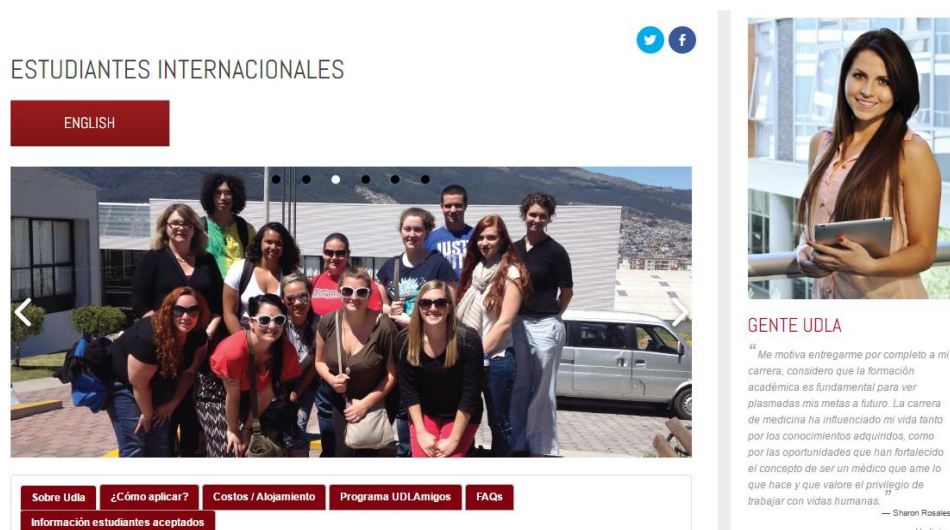


Figura 45: Captura de pantalla de Página Web UDLA Estudiantes Internacionales

Fuente: <http://www.udla.edu.ec/estudiantes-extranjeros/>

En la figura 44 se observa la Pagina Web de la UDLA Estudiantes Internacionales, las mismas que cuenta con una pestaña de tracción para el idioma ingles y a su vez con algunas pestañas de información entre ellas están:

Información sobre la UDLA donde realizan una referencia histórica de la misma, descripción de Oficina de Programas Internacionales, ofrecen planes de intercambio para estudiar un semestre o un año. Asimismo, cuentan con un programa de cursos cortos entre los que se encuentran la Escuela de Español y cursos de comunicación. Todos los estudiantes extranjeros reciben una asesoría personalizada, un tour de orientación y la oportunidad de participar en diversos talleres, clubes y actividades turísticas o socio-culturales.

Además, los estudiantes de intercambio podrán compartir con el grupo de UDLAmigos, quienes se convierten en un compañero o compañera durante toda la estadía. Los UDLAmigos coordinan salidas nocturnas y actividades dentro de la ciudad para que los estudiantes que visitan Ecuador puedan adaptarse a la vida cotidiana de Quito. (UDLA, 2016)

Existe también información sobre el Ecuador donde se hace referencia a las regiones que tiene el país, describe el clima la cultura la biodiversidad y a su vez la Capital del Ecuador Quito con su descripción geográfica.

En la misma página se encuentra un link donde conecta con la Oferta Académica de la UDLA, y se encuentra la descripción de todas las carreras con su malla micro curricular.

A continuación, se observa una pestaña donde explica cómo aplicar a la UDLA como estudiante extranjero, dentro de la misma se encuentra; fechas límite, requisitos, pasos para aplicar en la UDLA, Documentos de aplicación donde se explica a su vez que se debe tomar un examen de español, este examen es tomado en línea y certificado por la Academia de español Cervantes, y es uno de los requisitos para aplicar el intercambio, como requisito además realizan una entrevista por Skype con el propósito de conocer más a su postulante.

FAQS en esta pestaña se encuentra preguntas frecuentes de los estudiantes extranjeros una de ellas es sobre los costos, donde se hace énfasis sobre el costo de estudiar en la UDLA el mismo depende del convenio que tiene la

universidad de exterior con la UDLA. En la mayoría de los casos, el costo de tomar clases en la UDLA sería igual al costo de la otra universidad.

Información de estudiantes aceptados: esta pestaña cuenta con información sobre el calendario académico de la UDLA, clubes para estudiantes, servicios estudiantes, eventos en la UDLA, y un manual para estudiantes extranjeros.



Figura 46: Captura de pantalla de Página Web UDLA Estudiantes Cuarto Nivel

Fuente: <http://www.udla.edu.ec/estudios-de-cuarto-nivel/>

En la figura 45 observamos la página Web de UDLA con respecto a los Estudios de Cuarto Nivel en el cual observamos una pestaña donde se ofertan las maestrías y postgrados en el Ecuador que a su vez tiene un link que dirige a la página de todas las ofertas que tiene la UDLA, adicionalmente se especifica como es el proceso para convalidación de títulos a través de

la SENESCYT la misma que cuenta con links que llevan a la página mencionada donde los postulantes podrán encontrar un listado de las instituciones de educación superior extranjeras con alto prestigio y calidad internacional cuyos títulos tendrán reconocimiento.



Figura 47: Captura de pantalla de Página Web UDLA Área de Docente Investigadores

Fuente: <http://www.udla.edu.ec/area-de-docentes-investigadores/>

En la figura 46 se observa la página Web de la UDLA en el Área de Docentes Investigadores donde se encuentra información sobre:

Cursos Cortos: (“short courses” en inglés) son un tipo de oferta académica de corta duración. Este tipo de programa es una manera de facilitarles a los participantes profundizar un tema específico, desarrollar habilidades o prácticas en un área concreta y aprender de los expertos locales y/o extranjeros. Los cursos cortos pueden ser una buena forma de integrar el concepto de internacionalización en su facultad, con varias opciones:

- Invitar docentes/expertos extranjeros a dar el curso.
- Abrir el curso a estudiantes extranjeros.
- Tratar un tema internacional dentro del curso.
- Hacer un curso en cooperación con una universidad extranjera.
- Los cursos cortos se pueden realizar en la UDLA o en el extranjero, preferiblemente en cooperación con una universidad extranjera.

Adicionalmente se presenta un resumen de los beneficios sobre los cursos cortos, los pasos para crear un curso corto, el proceso para realizar investigaciones con estudiantes, y el intercambio para docentes. La iniciativa de Intercambio de Docentes ofrece oportunidades únicas de cooperación académica entre las instituciones de la red de Laureate. La iniciativa tiene como objetivo promover la colaboración académica y la internacionalización dentro de la red, para ofrecerles a los alumnos la oportunidad de vivir una experiencia totalmente diferente.



Figura 48: Captura de pantalla de Página Web UDLA Centro de Investigación Traslacional

Fuente: <http://cit.udla.edu.ec/>

Centro de Investigaciones de la UDAL El Centro de Investigación Traslacional (CIT) es una instancia de investigación que depende de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de las Américas. El CIT es un laboratorio moderno de investigación localizado en el campus Queri de la Universidad de las Américas en Quito. El laboratorio cuenta con áreas de cultivo celular, de citometría de flujo y microscopía y de biología molecular, la cual incluye áreas para recibir, preparar y analizar muestras biológicas.

En el CIT trabajan 10 investigadores principales con entrenamiento en biomedicina, nutrición, inmunología, microbiología, entomología, biología molecular, biotecnología, y epidemiología. Los investigadores principales tienen grados de Master en Ciencias y/o PhD en las áreas indicadas, la mayoría obtenidos en universidades de Europa y Estados Unidos de América.

Además, al CIT están asociados investigadores de las áreas, epidemiológicas, clínicas y de ciencia básica de la Universidad de las Américas y de otras instituciones de investigación Nacionales e Internacionales.

La Dirección de Investigación y Transferencia de Conocimiento (DITC) se encarga de coordinar todas las actividades de investigación en la universidad y de ejecutar el plan de investigación que se encuentra alienado con la visión y misión de la UDLA. (UDLA, Centro de Investigación , 2016)

La UDLA se asegura que los esfuerzos y enfoques investigativos respondan a las necesidades del ecuador y de la comunidad, y ha definido las siguientes líneas de investigación alineadas al Plan Nacional del Buen Vivir:

- Salud y bienestar
- Educación
- Comunicación y tecnología
- Sociedad, comunidad y cultura
- Hábitat, biodiversidad y patrimonios

La Universidad de las Américas como se pudo observar cuenta con una página Web muy interactiva, que ofrece al usuario internacional tener la facilidad para obtener información sobre todo lo relacionado a sus ofertas internacionales tanto para estudiantes, profesores he investigación.

Uno de los puntos a favor para esta universidad es el presupuesto que invierte anualmente para realizar promoción universitaria con un valor de 8.465.934,00 millones de dólares misma cifra se obtuvo del estado vs presupuesto de gastos del 2014. (Ver Anexo 8). invertidos tanto en programas internacionales como en servicios educativos internacionales, esto ha llevado a que en pocos años tenga potencial en su promoción y en crecimiento a nivel estudiantil extranjero.

3.2.2.2 Universidad San Francisco de Quito (USFQ)

La Universidad San Francisco de Quito se encuentra como el número 1 en Ecuador y la Número 57 de Latinoamérica según QS. Lo cual es la Universidad mejor posicionada en nuestro país y recibe alrededor de 5500 estudiantes nacionales entre ellos 1000 estudiantes internacionales entres pregrado y postgrado.

La USFQ cuenta con la oficina de Programas Internacionales (OPI) ofrece a los estudiantes regulares de tiempo completo de la USFQ la oportunidad de realizar un verano, semestre o un año de estudio en una de las 100 universidades con un convenio establecido alrededor del mundo. (USFQ, 2016)



Figura 49: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas Internacionales

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/opi/Paginas/default.aspx

En la figura 48 se observa que la USFQ cuenta con portal en su página Web de Programas Internacionales donde se puede observar, información para los estudiantes de la misma, información para estudiantes internacionales, la red de universidades con las que tiene convenios, programas con Galápagos, programas internos de verano y distintos convenios internacionales.

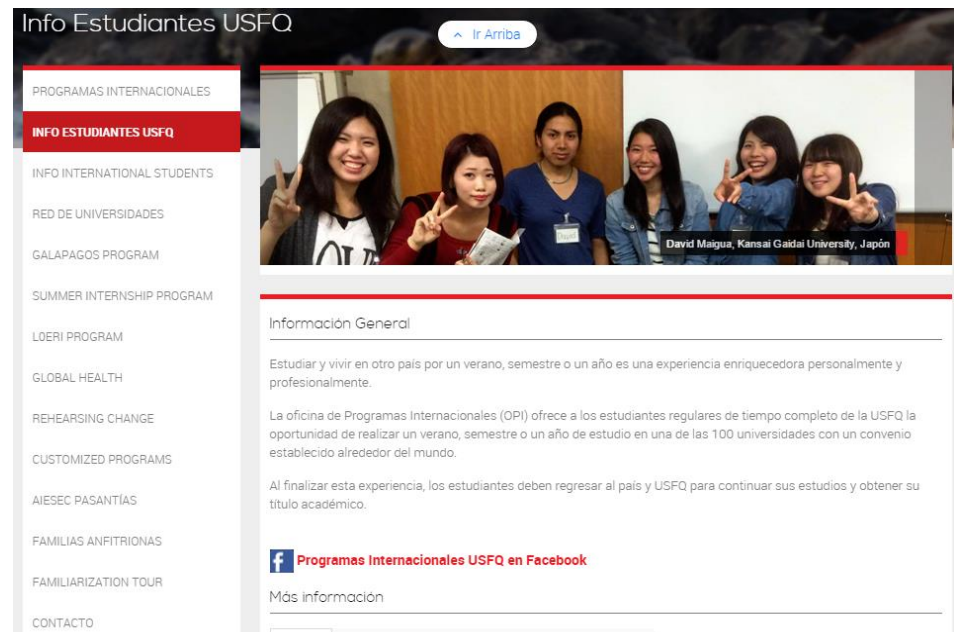


Figura 50: Captura de pantalla de Página Web USFQ Info Estudiantes USFQ

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/estudiantes_nacionales/Paginas/estudiantes_nacionales.aspx

En la figura 49 se observa la página Web de la USFQ con la información para estudiantes de la misma con respecto a los programas internacionales, el portal cuenta directamente con un link muy visible que lleva a Programas Internacionales USFQ en Facebook.



Figura 51: Captura de pantalla de Página Programas Internacionales USFQ en Facebook

Fuente: <https://www.facebook.com/International-Programs-USFQ-574641802710862/>

En la figura 50 se observa la página Web de la USFQ en Facebook con información sobre Programas Internacionales el mismo que cuenta con información muy actualizada sobre los convenios internacionales con los que cuentas, fotos con los estudiantes de verano tanto nacionales como internacionales, la página cuenta con 2200 seguidores, cuenta con publicaciones diarias sobre universidades de convenio y becas disponibles en varias universidades con fotografías de las mismas y requisitos para

aplicar. Además de publicar videos con ofertas de pasantías en varios países del mundo y videos sobre estudiantes que se encuentran en otros países.

En la misma página Web del portal de Programas Internacionales de la USFQ, existen pestañas sobre los requisitos para participar en el programa de intercambio, seguido del Proceso para aplicar al Intercambio y a la Universidad anfitriona dentro de los mismos son:

1.- Asistir a una charla informativa: La Oficina de Programas Internacionales (OPI) ofrece charlas de 30 minutos cada lunes y jueves a las 11:30 y 15:00.

2.- Reunirse con la Coordinadora de intercambios: Los estudiantes deben conversar con la Coordinadora para aclarar dudas, hacer preguntas pertinentes y asegurarse de que todo el proceso de la aplicación esté claro, para este paso los estudiantes se contactan con la Coordinadora para sacar una cita previa.

3.- Identificar cuatro Universidades como opciones: Como requisito para la aplicación en línea los estudiantes deben buscar al menos cuatro Universidades que van a elegir como opciones, además buscar cursos disponibles y consultar con el Decano o Coordinador Académico para que los estudiantes puedan saber si los cursos son revalidados.

4.- Completar la aplicación en línea hasta la fecha límite: En este paso los estudiantes deben llenar un formulario de aplicación, el mismo se encuentra adjunto en la página Web, además de pagar una inscripción para poder postular, justo con la carta de un profesor como recomendación entre otros requisitos.

5.- Reunión del Comité de selección y toma de decisiones: Entre el 7 de febrero y el 7 de marzo, el 15 de septiembre y el 30 de septiembre (dependiendo del semestre), el Comité de selección revisa todas las aplicaciones y ubica a los estudiantes en una de las cuatro Universidades que escogieron. En casos excepcionales, podrías no recibir un cupo en ninguna de las opciones seleccionadas, en cuyo caso la OPI presentará opciones en Universidades alternativas con cupos disponibles.

6.- Recibir una notificación de OPI por email.

7.- Entregar el Formulario de aceptación o rechazo de intercambio.

8.- Aplicar a la Universidad anfitriona: OPI te enviará las instrucciones de cómo aplicar a la Universidad anfitriona y comunicará la fecha límite para aplicar. Los estudiantes son responsables de enviar toda la documentación de aplicación a la Universidad designada y de cubrir los costos de envío, a menos que la Universidad designada requiera que OPI envíe tus documentos.

9.- Aplicar a la visa de estudios.

10.- Completar el Formulario de transferencia de créditos y otros documentos: Los estudiantes antes de irse, tendrán que llenar el Formulario de transferencia de créditos (antes del intercambio) con los cursos que los estudiantes desean tomar en la Universidad anfitriona. El Decano o Coordinador académico de carrera determinará las equivalencias de los cursos y deberá firmar al lado de cada materia. Y de esta manera se convalidan los créditos antes del intercambio.

11.- Asistir a una Orientación (obligatorio): Antes de que el estudiante se vaya de intercambio, debe asistir a una sesión de orientación en el cual se habla de la parte académica del intercambio, y otros temas incluyendo la vivienda, los preparativos el viaje y la visa, el comportamiento un en país extranjero y el posible shock cultural. También es una oportunidad para atender a tus inquietudes y preguntas. (USFQ, 2016)

Costos para intercambio: Cuando los estuantes se van de intercambio, continúan pagando los valores de matrícula y arancel de la USFQ. Estos valores deben pagarse antes de realizar el viaje de intercambio.

Adicionalmente los estudiantes pagas el transporte (hacia y desde la ciudad donde se encuentre la Universidad), alojamiento, alimentación, seguro médico, libros, visa y cuotas especiales directamente a la Universidad anfitriona. Estos costos varían de acuerdo al país y a la Universidad. Los estudiantes pueden encontrar costos estimados de estos rubros al en cada Universidad en la pestaña de “Programas” en la página Web antes mencionada.

Asistencia Financiera y Becas: Los estudiantes que ya cuentan con una beca dentro de la USFQ la pueden utilizar también para los intercambios adicionalmente muchas Universidades ofrecen becas de vivienda y alimentación o de un monto determinado. La información sobre becas encontrar en la pestaña de “Programas”. Además, la página Web cuenta con un Link que lleva a las universidades con beca, mismo que se encuentra en un archivo Excel con 112 universidades con convenio y 45 de ellas ofrecen becas.

Adicionalmente la USFQ ofrece asistencia financiera para los estudiantes que realicen intercambio lo cual se les otorga un crédito para el tiempo del intercambio tanto para seis meses como para un año, lo cual el mismo deberá ser pagado por cuotas al regreso del intercambio, el rubro del crédito es aproximado a los gastos que presente el estudiante.

Programas: La USFQ cuenta con tres criterios para aplica a los programas intercambios internacionales dentro de esta pestaña se encuentran links para facilitar la búsqueda de programas para los estudiantes y son tres:

- Universidades por carrera. (Ver Anexo 9).
- Universidades que ofrecen ingeniería. (Ver Anexo 10).
- Universidades con Beca. (Ver Anexo 11).

Al entrar a cada uno de os links se descarga un archivo Excel con todas las universidades con convenio y a su vez los estudiantes pueden filtrarla

información para poder elegir de mejor manera las cuatro opciones de universidad de intercambio como pre requisito para aplicar a un programa.

El portal sobre la información para los estudiantes cuenta con tres pestañas más como “Aplicación” que cuenta con las fechas exactas y límites de tiempo para poder postular a un programa de intercambio y en la misma se encuentra un link para realizar la aplicación, seguido por la pestaña “FAQs” que corresponde a un temario de preguntas frecuentes de algunos alumnos el mismo que sirve para guía de dudas e inquietudes y seguido de esta una pestaña de “Documentos” la cual contiene todos los formatos para realizar el proceso de intercambio.

Información para estudiantes internacionales.

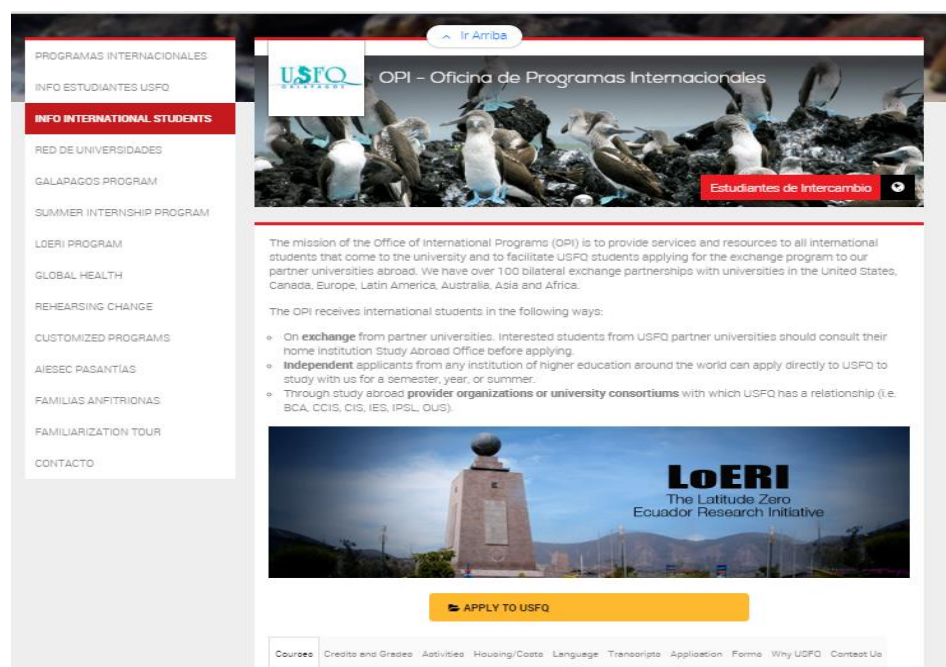


Figura 52: Captura de pantalla de Página Web USFQ Información Estudiantes Internacionales

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/exchange_students/Paginas/english.aspx

En la figura 51 se observa la página Web de la USFQ en su portal de Información para estudiantes extranjeros, la misma se encuentra totalmente en inglés, sin opción a cambiar a español, la Oficina de Programas Internacionales (OPI) presenta servicios y recursos a todos los estudiantes internacionales que llegan a la universidad. La USFQ cuenta con más de 100 asociaciones bilaterales de intercambio con universidades de los Estados Unidos, Canadá, Europa, América Latina, Australia, Asia y África.

Los estudiantes interesados de las universidades asociadas USFQ deben consultar a su institución de origen en el extranjero antes de aplicar, sin son candidatos independientes de cualquier institución de educación superior en todo el mundo pueden aplicar directamente a la USFQ para estudiar con ellos durante un semestre, año, o el verano.

Los estudiantes extranjeros pueden elegir sus cursos de diez colegios de la USFQ, la misma ofrece cientos de cursos cada semestre, incluyendo un número de cursos en inglés. Los cursos ofrecidos se pueden buscar en nuestro horario de las clases en línea, lo cual la página cuenta con un link que lleva hacia las clases en línea.

A partir del otoño de 2014 los graduados en ciencia e ingeniería de los EE.UU, tienen la opción de participar en una experiencia de investigación de los estudiantes con la USFQ, mismo que deben aplicar por la página web LOERI para más información, de igual manera el portal cuenta con un link que lleva a la página Web antes mencionada.

Los estudiantes con español avanzados también pueden participar en el aprendizaje-servicio a través del curso "Aprendizaje - Servicio" Se anima a todos los estudiantes internacionales que tomen la sección "Servicio de Aprendizaje" se enseña en inglés. El mismo que cuenta con un link que lleva a la página Web de este convenio.

Créditos:

El sistema de crédito de la USFQ es el mismo que el sistema de América del Norte / Estados Unidos: 15 horas de clase es igual a 1 crédito. Por lo general cada curso USFQ vale 4 créditos y se reúne durante tres horas a la semana en unas 15 semanas semestre. Los estudiantes internacionales deben tener al menos 16 créditos "presencial", sin embargo, los estudiantes pueden solicitar excepciones en circunstancias muy especiales. Durante la sesión de verano los estudiantes pueden tomar de 4-12 créditos (uno a tres clases).

Actividades Extracurriculares:

Cada estudiante internacional de la USFQ tiene la opción de involucrarse en el programa Ecuabuddies. Esta oportunidad permite a los estudiantes internacionales conectarse con estudiantes de la USFQ, conocer amigos locales, y compartir en las costumbres ecuatorianas y eventos sociales.

USFQ también ofrece una serie de clubes de estudiantes en una variedad de áreas de interés incluyendo el teatro, el tango, el ajedrez, la ecología y

el ciclismo, por nombrar algunos. Si los estudiantes no pueden encontrar lo que les interesa, ¡que siempre se puede empezar un nuevo club! (USFQ, 2016)

Cada semestre la OPI ofrece a los estudiantes la oportunidad de participar en excursiones opcionales a muchas partes del Ecuador por un precio nominal. Estos viajes pueden ser para el día, fin de semana, o incluso una semana. Viajes anteriores han incluido Tiputini, Mindo, Perú, y las Islas Galápagos. Las opciones varían cada semestre. El curso de verano incluye tres excursiones: a la costa, a las tierras altas, y a Tiputini.

Los estudiantes aceptados recibirán información sobre las excursiones en el portal en línea. (USFQ, 2016)

Alojamiento:

Casas USFQ estudiantes internacionales interesados en familias de acogida cuidadosamente seleccionados en Quito. Las familias de acogida están obligadas a proporcionar a los estudiantes con su propia habitación (baño puede ser compartido), acceso a Internet Wifi, y dos comidas al día (desayuno y cena). Las familias de acogida viven generalmente dentro de un trayecto de 15-45 minutos en transporte público desde el campus de la USFQ en Chumbará. Los honorarios pagados dependen de cómo los estudiantes vienen a estudiar en la USFQ y la relación de su institución de origen con la USFQ. De igual manera esta página cuenta con un link que lleva a tener información general sobre las familias a elegir.

Lenguaje:

La OPI recomienda encarecidamente que los estudiantes que vienen a la USFQ en un programa de intercambio tengan al menos dos años (4 semestres, trimestres o 6) de nivel universitario español antes de la llegada.

Con el fin de evaluar el EPE (español como lengua extranjera) estudiantes, la ILE (Instituto de Idiomas Extranjeros) prepara un examen en línea para poner a prueba una variedad de habilidades de lenguaje incluyendo: comprensión oral, comprensión de lectura, habilidades gramaticales y léxicas. De acuerdo con el número total de respuestas correctas, el estudiante recibirá una calificación en el examen de colocación, que se utiliza para determinar en qué cursos puede inscribirse. Para este examen los estudiantes reciben un código para dar el examen en línea, y en ese mismo instante reciben la calificación, este examen es tomado por EAI (Español Avanzado Internacional) de la misma USFQ.

La página Web ya mencionada cuenta además con información sobre como transportar su documentación oficial, además de pestañas para “Aplicación” con un link que lleva a postular, una pestaña de los “Formatos de aplicación” y una de razones para estudiar en la USFQ y “Contactos”.



Figura 53: Captura de pantalla de Página Web USFQ Red de Universidades

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/mapa/Paginas/default.aspx

En la Figura 52 se observa la Pagina Web de la USFQ con la Red de Universidades con las que tiene convenio, los estudiantes pueden escoger entre más de 100 universidades en los 5 continentes para estudiar un semestre o un año, la página Web cuenta con un mapa cada una de las universidades y se debe hacer clic en cada universidad para más información, lo cual permite tener más acercamiento a la universidad que el estudiante desea aplicar.

Al hacer click en cualquier de las opciones de despliega un video de la universidad anfitriona y fotos del campus de la misma, además se describe las estaciones climáticas y la parte geográfica del país.

Programas Internacionales en Galápagos.

La USFQ ofrece la oportunidad para estudiar en las Islas Galápagos, acoge un programa internacional en el campus ubicado en la ciudad de Puerto Baquerizo Moreno en la isla de San Cristóbal, que proporciona instalaciones de aulas y laboratorios.

USFQ Galápagos promueve la conservación en las Islas Galápagos a través de la educación y la investigación ya que organiza cursos y talleres en las Galápagos, con lo que los profesores de todo el mundo enseñan a los estudiantes internacionales y locales en los laboratorios naturales más prestigiosos del mundo.

Los cursos que toman los alumnos son totalmente en inglés y solo aplican para estudiantes de 3 carreras como biología marina, ecología y conservación, el cual pasan unas semanas en Quito y otras en Galápagos.

About Galápagos

[Ir Arriba](#)

Studying and living in San Cristobal



The campus of Universidad San Francisco de Quito in Galapagos (which includes the local programs, GAIAS, and the GSC) is located in the island of San Cristobal, the capital of the Galapagos, in the city of Puerto Baquerizo Moreno, which has a population of approximately 6,000 people, most of whom make their living principally of artisanal (small scale) fishing and tourism. In San Cristobal, water temperature averages 22-23 C° / 71-73 F°, although it can range from 19C° - 26 C° / 66F° - 78 F°. Other islands (such as Española) have lower water temperatures depending on the time of year.

On San Cristobal, students are surrounded by some of the most unique wildlife species on the planet. On this island alone, they will have the opportunity to observe Chatham Mockingbirds, Blue Footed Boobies, Masked Boobies, Frigate birds, Pintail Ducks, Gallinules, Pelicans, Giant Tortoises, Sea Tortoises, Crabs, Sea Lions, and various other sea and land birds, including some species of the famous Darwin finches.

The Galapagos Islands



Figura 54: Captura de pantalla de Página Web USFQ Estudiar en Galápagos

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/galapagos/international_program/Paginas/default.aspx#demoTab6

En la figura 53 se observa la Pagina Web de la USFQ en cual describe el programa para estudiar en Galápagos como estudiantes internacionales, dando al estudiante extranjero la información necesaria y descripción de la Isla, además de la biodiversidad de flora y fauna de la misma. Adicional a esta información, se puede observar todos los lugares turísticos de las

Islas los programas a realizase, se describe la historia de las Islas y el clima, conjuntamente con fotografías muy llamativas de estos lugares y toda la información está en el idioma inglés.



Figura 55: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas de Verano

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/summer_internship_program.aspx

En la Figura 54 se observa la Pagina Web Programas de Verano para estudiantes internacionales la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), en colaboración con el Ayuntamiento de la Ciudad de Quito, ofrece un programa de verano para los estudiantes internacionales. Ideal para estudiantes y graduados interesados en política y administración pública, el desarrollo social, y la cooperación internacional, este programa único proporciona a los estudiantes la oportunidad de adquirir experiencia de primera mano en el funcionamiento de la administración local en esta vibrante ciudad capital de América Latina. (USFQ, 2016)

El portal cuenta con pestañas de información, lo cual describe el tiempo de duración de los programas que son alrededor de 9 o 12 semanas según lo que es estudiante escoja los estudiantes participantes serán colocados en prácticas en una oficina del gobierno municipal de Quito y completar 272 horas de trabajo. Ubicaciones están disponibles en una variedad de oficinas de la ciudad (existe una pestaña con "Opciones de prácticas" sub-menú).

Como parte del programa los estudiantes también participarán en un seminario de prácticas los temas cubiertos incluyen la cultura ecuatoriana y el lugar de trabajo, así como un análisis de sus experiencias prácticas en el contexto local. Los participantes también pueden participar en una clase de español lengua opcional ofrecido por la USFQ por un cargo adicional.

Los estudiantes tendrán la oportunidad de participar en excursiones que se ofrecen a todos los estudiantes internacionales USFQ verano. Típicamente, esto incluye la Estación de Investigación de Biodiversidad Tiputini de la USFQ en la Amazonía, un viaje a la playa en la costa, y una ciudad en las tierras altas de Ecuador. (USFQ, 2016)

Costos

Verano 2016:

Opción de 9 semanas: US \$ 3125

Opción de 12 semanas: US \$ 3650

Se incluyen:

3 créditos académicos (transcripción de la USFQ *)

En el lugar académica y orientación cultural

Alquiler en Quito

El transporte desde el aeropuerto (UIO) a familias o en su llegada plan de telefonía celular con la tarjeta SIM.

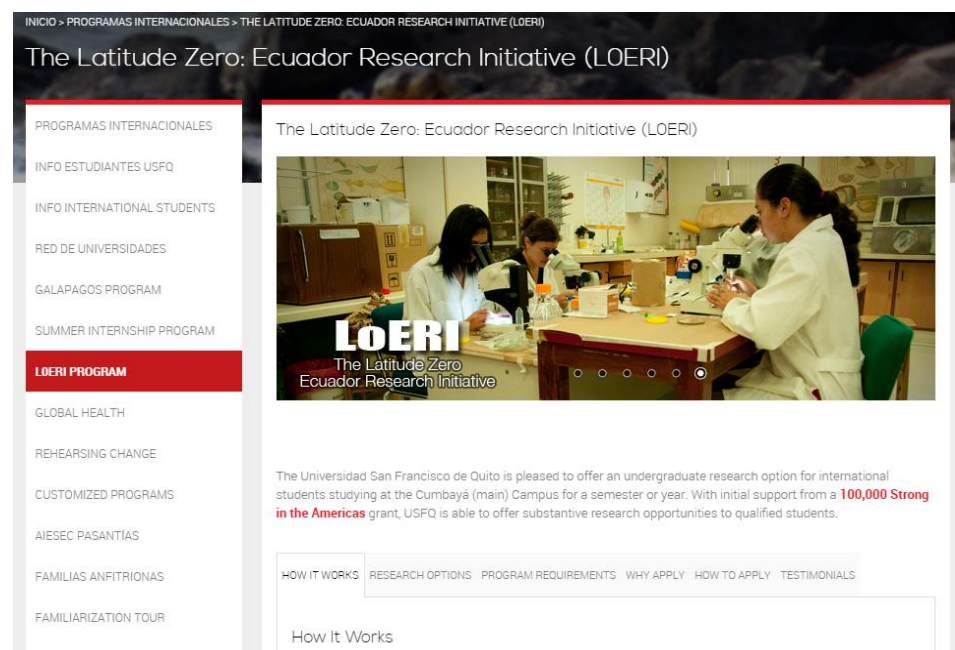


Figura 56: Captura de pantalla de Página Web USFQ con el programa LoERI

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/summer_internship_program.aspx

En la Figura 55 se observa la página de la USFQ en su portal de programas LoERI el cual ofrecen una opción de investigación de grado para los

estudiantes internacionales que estudian en el campus de Cumbayá por un semestre o un año. Con el apoyo inicial de un 100.000 en la concesión Américas, USFQ es capaz de ofrecer oportunidades de investigación sustantivos a los estudiantes calificados.

Los estudiantes participantes tienen la oportunidad de llevar a cabo un proyecto de investigación en conjunto con un miembro de la facultad USFQ en diversos campos de estudio. El proyecto se lleva a cabo como un curso de estudio independiente de 3 créditos en el ámbito de relevancia durante la duración de un semestre. Los participantes también seleccionar de clases USFQ (algunas de las cuales se imparten en inglés) en una variedad de áreas temáticas.

Los participantes en el programa LOERI se comprometen a trabajar en la actividad de investigación en el transcurso del semestre, de acuerdo con las necesidades del profesor y del proyecto. (USFQ, 2016)

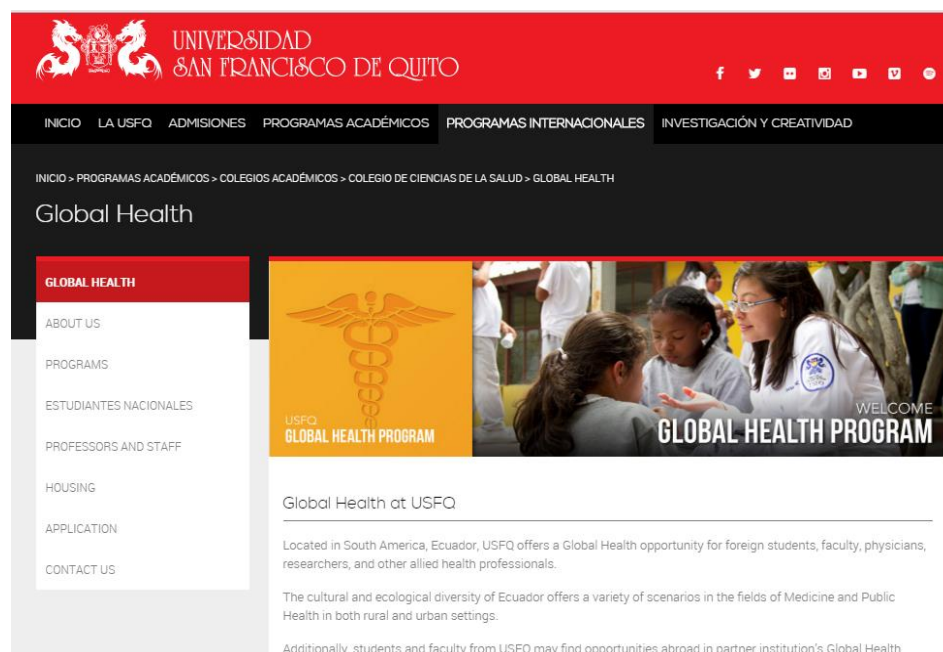


Figura 57: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas de Salud Global

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/cocsa/globalhealth/Paginas/default.aspx

En la Figura 55 se observa la Página Web de la USFQ el cual describe el Programa Global de la Salud situado en América del Sur, Ecuador, USFQ ofrece una oportunidad de Salud Global para los estudiantes extranjeros, profesores, médicos, investigadores y otros profesionales de la salud.

Además, los estudiantes y profesores de la USFQ pueden encontrar oportunidades en el extranjero, Global Health Program centro asociado de Medicina y Salud Pública de la USFQ intenta promover el Programa Mundial de Salud a través de actividades académicas y de campo en los Andes, la Amazonía y las comunidades costeras en Ecuador.

En la misma página Web se encuentra información sobre cómo aplicar a estos programas tanto para profesores como alumnos.

Programas de Comunidad:



Figura 58: Captura de pantalla de Página Web PACHAYSANA

Fuente: <http://www.pachaysana.org/#!inicio/cmh3>

En la figura 55 se observa la página Web del programa de intercambios Pachaysana lo cual lo promueve la Oficina de Programas Internacionales de la USFQ lo cual el mismo consta de un semestre de estudios para estudiantes internacionales en Ecuador, este programa se lleva a cabo en una comunidad de la Amazonia y enfoca en el intercambio justo de aprendizaje, así como en la educación con equidad entre estudiantes internacionales y contrapartes locales. Es decir, en el semestre, no solo participan los estudiantes internacionales, también participan miembros comunitarios. Ambas partes trabajan y estudian diariamente juntos. Facilitado por académicos y artistas, combinamos material académico con metodologías de las artes para la transformación de conflictos, el aprendizaje experiencial y la investigación participativa. (Pachay Sana, 2016)

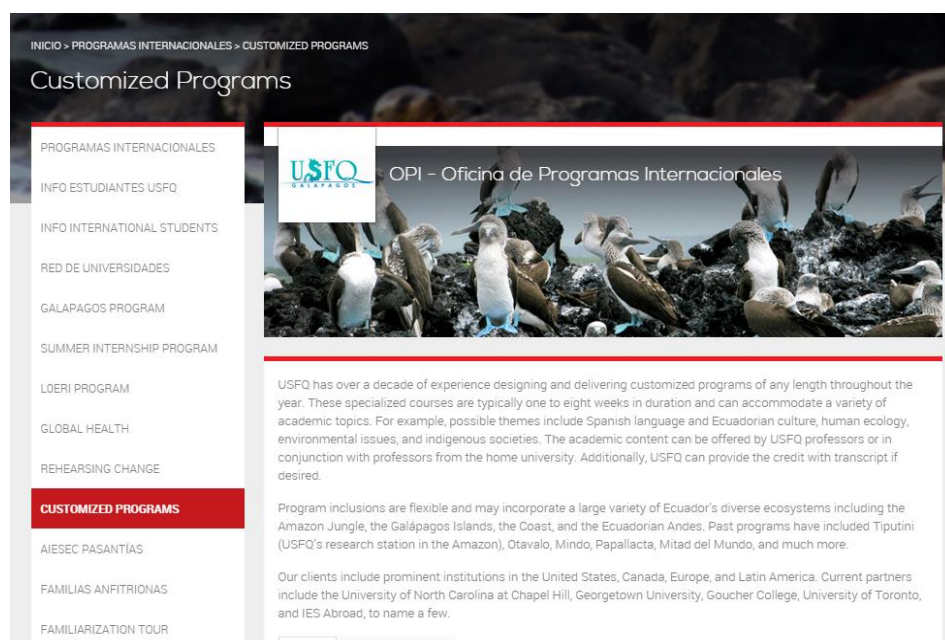


Figura 59: Captura de pantalla de Página Web USFQ Programas Personalizados

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/customized_programs.aspx

En la Figura 57 se observa la página Web de la USFQ en su portal de Customized Progrmas, lo cual la USFQ ofrece cursos especializados de una a ocho semanas de duración y pueden acomodar una variedad de temas académicos. Por ejemplo, los posibles temas incluyen el idioma español y la cultura ecuatoriana, ecología humana, el medio ambiente y las sociedades indígenas. El contenido académico puede ser ofrecido por los profesores de la USFQ o en conjunto con profesores de la universidad de origen.

Los programas son flexibles y pueden incorporar una gran variedad de diversos ecosistemas del Ecuador, incluyendo la selva del Amazonas, las Islas Galápagos, la Costa y los Andes del Ecuador, Tiputini (estación de

investigación de la USFQ en la Amazonía), Otavalo, Mindo, Papallacta, Mitad del Mundo, y mucho más.

El proceso para aplicar a este tipo de programas lo resumen en un cuadro donde se explica los pasos a seguir como se observa en la figura 58.

Process for developing a Customized Program

Flow Chart of Process for Developing a Customized Program with USFQ



Figura 60: Captura de pantalla de Página Web USFQ Proceso para postular a un Customized Program

El programa tiene convenios con los Estados Unidos, Canadá, Europa y América Latina. Los socios actuales incluyen la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill, la Universidad de Georgetown, Goucher College,

Universidad de Toronto, y el IES en el extranjero, para nombrar unos pocos. (USFQ, 2016)



Figura 61: Captura de pantalla de Página Web USFQ AIESEC

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/aiesec/Paginas/default.aspx

En la Figura 59 se observa la página Web de la USFQ el cual describe AIESEC otro de las opciones para los estudiantes extranjeros la misma es la red mundial de jóvenes líderes y emprendedores que impactan al mundo mediante experiencias de desarrollo de liderazgo. En AIESEC, los jóvenes desarrollan sus capacidades a través de sus pasantías sociales y laborales, y también con la experiencia como miembro de la organización. Actualmente la red internacional de la entidad incluye más de 86 000 miembros en 124 países y territorios y es la organización internacional de estudiantes más grande del mundo reconocida por la ONU.

AIESEC, organización fundada en 1948 en Países Bajos, está en Ecuador desde hace 50 años en diferentes ciudades y universidades de prestigio a nivel nacional. AIESEC en USFQ.



Figura 62: Captura de pantalla de Página Web USFQ Tour de Familiarización

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/familiarization_tour.aspx

En la Figura 60 se observa la Pagina de la USFQ donde Universidad San Francisco de Quito (USFQ) será el anfitrión de un viaje de familiarización a su campus de Cumbayá. Este tour le permite dar a conocer a los extranjeros profesionales y profesores, tanto de las instituciones asociadas actuales y potenciales, este tour consiste en visitar el campus, conocer la Oficina del personal de Programas Internacionales, conversar con los profesores, observar las clases, y aprender más acerca de estudio en el extranjero USFQ's opciones y áreas de investigación.

Además de visitar el campus de Cumbayá, los participantes tendrán la opción de añadir en una visita a cualquiera de la Estación de Biodiversidad Tiputini en la Amazonía o USFQ's campus de extensión en la Isla San Cristóbal, Galápagos.

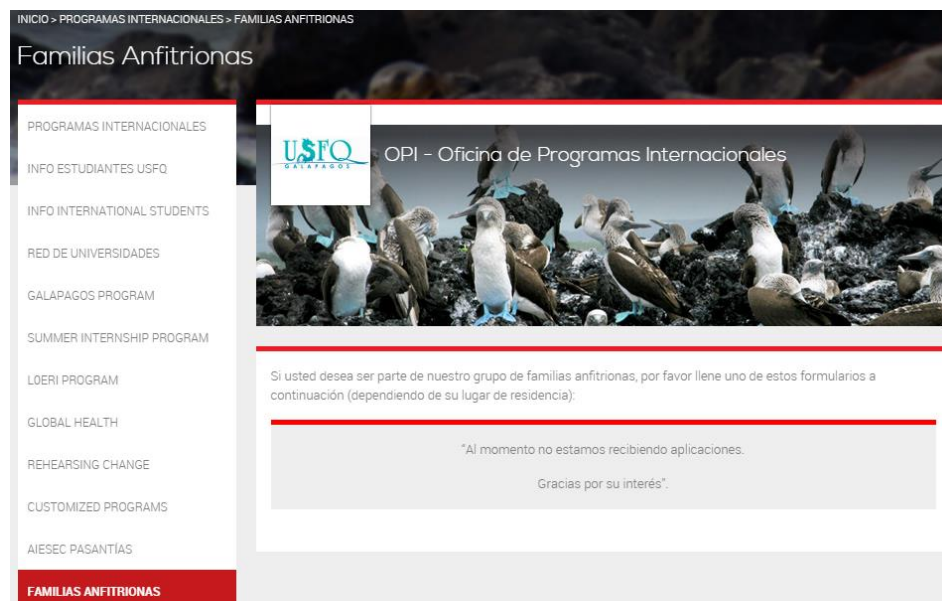


Figura 63: Captura de pantalla de Página Web USFQ Familias Anfitrionas

Fuente: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/familias_anfitrionas.aspx

En la Figura 61 se observa la Pagina Web de la USFQ en el cual presenta una opción para postulación de familias anfitrionas, las mismas que acogen a estudiantes extranjeros, ofreciéndoles un ambiente familiar, la universidad hace una investigación rigurosa de estas familias antes se ser aprobadas, y después de ellos están listas para recibir a un estudiante extranjero.

Después de hacer el análisis de la Universidad San Francisco de Quito se pudo observar que su oferta académica a nivel internacional es extensa, al tener varios programas internacionales, diferentes ofertas de varios tipos para que los estudiantes extranjeros tengan diferentes alternativas para visitar la USFQ, adicionalmente la página Web se enfoca mucho en el estudiante extranjero al implementar sus clases e intercambios en el idioma inglés.

La USFQ invierte alrededor de 640.000 dólares en publicidad lo cual lo presenta en su Estado de Ingresos y Gastos, lo cual representa una ventaja competitiva para esta universidad. (Ver Anexo 12).

3.2.2.3 Universidad Internacional SEK

Institución Internacional SEK (IISEK), lleva más de 120 años ofreciendo calidad y excelencia educativa, en las múltiples instituciones que rige en Europa, Estados Unidos y América Latina, en dos universidades y diecinueve colegios internacionales. Integran el Campus Internacional SEK las Universidades ubicadas en Santiago de Chile y en Quito, Ecuador.

Con el fin de desarrollar la estructura internacional de las universidades SEK, se han establecido redes temáticas de docencia sobre la base de programas conjuntos que permiten la convalidación de asignaturas y estudios parciales, lo que posibilita a sus estudiantes realizar uno o varios cursos en cualquiera de nuestras sedes. Los estudios de verano en programas específicos pueden ser incluidos en el currículum académico de los alumnos.

La oferta conjunta de los dos centros abre, además, posibilidades a sus estudiantes para el acceso a empresas o instituciones en cualquiera de los países donde están afincados dichos centros universitarios.

En el campo de la investigación, la acción mancomunada de las dos universidades apoya la ejecución de proyectos científicos conjuntos en las

áreas de conocimiento que en cada una de ellas se imparten. (UISEK, 2016)

Portal Web



Figura 64: Captura de pantalla de Página Web UISEK Relaciones Institucionales

Fuente: <https://www.uisek.edu.ec/es/uisek/nosotros/respaldo-internacional>

En la Figura 62 se observa la página Web de la Universidad Internacional SEK, lo cual cuenta con el departamento de Relaciones Institucionales la misma que ofrece intercambios estudiantiles, información sobre convenios, prácticas y pasantías a nivel internacional y convenios con entidades sociales.

Intercambios Estudiantiles UISEK

Estudiantes
Calendario Académico
Bienestar Estudiantil
Relaciones Interinstitucionales
<ul style="list-style-type: none"> Intercambios Estudiantiles Convenios Prácticas y Pasantías Fundación Heal Madrid Alumni UISEK
Vinculación con la Colectividad
Seguridad y Salud Ocupacional
Biblioteca

**SÉ TU MEJOR TÚ
SER MEJOR CADA DÍA ES UNA
ELECCIÓN**

Universidad Internacional SEK



¿Qué es un intercambio?

Una de las experiencias más grandes que puede vivir un estudiante, es compartir la cultura de otro país. La UISEK desea estimular a los alumnos a vivir la experiencia de estudiar y obtener una proyección internacional.

El propósito de nuestros intercambios es dar a nuestros alumnos la oportunidad de conocer otras culturas mientras mantienen sus estudios como principal objetivo. El periodo de intercambio constituirá en un semestre o máximo dos, en el cual puedan tomar materias que al finalizar dicho periodo se puedan homologar en la Universidad.

Ing. Johanna Morales V.
Directora de Relaciones Interinstitucionales

Programas de Intercambios vigentes.

(haz click en el programa de tu interés y descarga el formulario de aplicación).

Erasmus + Polonia

Descripción: Intercambio de alumnos por un semestre con beca de manutención.
Convocatoria: septiembre - octubre 2016
Lugar: Lodz - Polonia
Idioma: Inglés
Facultades: Todas



Erasmus + Complutense de Madrid

Descripción: Intercambio de alumnos por un semestre con beca de manutención.
Convocatoria: septiembre - octubre 2016
Lugar: Madrid - España
Idioma: Español - Inglés
Facultades: Todas



Figura 65: Captura de pantalla de Página Web UISEK Intercambios Estudiantiles

Fuente: <https://www.uisek.edu.ec/es/estudiantes/relaciones-interinstitucionales/intercambios-estudiantes>

En la Figura 63 se observa la página Web de la UISEK, en su portal de Estudiantes Internacionales, la misma que hace una introducción sobre que es un intercambio y adicional a esto se encuentra la disponibilidad de los intercambios vigentes con el programa Erasmus, algunas Universidades con las cuales tienes convenio y algunos programas de verano dentro de las mismas, al dar click en cualquiera de estos convenios se despliega una formulario para ser llenado por el estudiantes y el mismo se contacte con el Departamento de Relaciones Institucionales.

Convenios Interinstitucionales UISEK

Estudiantes
Calendario Académico
Bienestar Estudiantil
Relaciones Interinstitucionales
<ul style="list-style-type: none"> > Intercambios Estudiantes > Convenios > Prácticas y Pasantías > Fundación Real Madrid > Alumni UISEK
Vinculación con la Colectividad
Seguridad y Salud Ocupacional
Biblioteca

SÉ TU MEJOR TÚ
SER MEJOR CADA DÍA ES UNA ELECCIÓN
Universidad Internacional SEK



Los alumnos matriculados podrán realizar un periodo de intercambio con las Universidades que mantenemos convenios internacionales












Figura 66: Captura de pantalla de Página Web UISEK Convenios Institucionales

Fuente: <https://www.uisek.edu.ec/es/estudiantes/relaciones-interinstitucionales/intercambios-estudiantes>

En la Figura 64 se observa el portal de la UISEK Convenios Institucionales, lo cual pone a disposición 18 universidades con convenio, sin embargo, el portal aun no ofrece información de cada una de ellas.

Prácticas y Pasantías Nacionales e Internacionales

Estudiantes

Calendario Académico

Bienestar Estudiantil

Relaciones Interinstitucionales

> Intercambios Estudiantes
> Convenios
> Prácticas y Pasantías
> Fundación Real Madrid
> Alumni UISEK

Vinculación con la Colectividad

Seguridad y Salud Ocupacional

Biblioteca

SÉ TU MEJOR TÚ
SER MEJOR CADA DÍA ES UNA
ELECCIÓN
Universidad Internacional SEK



La práctica o pasantía pre profesional es un espacio que permite al estudiante vincular e interactuar con el entorno para discernir sobre su futuro y sus preferencias laborales, así como, afinar destrezas, habilidades y competencias para el ejercicio de su profesión. La práctica es parte integral del currículo de los programas académicos de pregrado y es obligatoria como requisito de graduación, por cuanto está regida por las políticas, reglamentos, normas y procedimientos establecidos por la UISEK.

Ing. Johanna Morales V.
Directora de Relaciones Interinstitucionales

Zona de Descargas

Reglamento de Prácticas Pre Profesionales

Descarga el reglamento

2435KB

Figura 67: Captura de pantalla de Página Web UISEK Pasantías Nacionales e Internacionales

Fuente: <https://www.isek.edu.ec/es/estudiantes/relaciones-interinstitucionales/intercambios-estudiantes>

En la Figura 65 se observa el portal de Pasantías Nacionales e Internacionales de la UISEK lo cual La práctica es parte integral del currículo de los programas académicos de pregrado y es obligatoria como requisito de graduación, por cuanto está regida por las políticas, reglamentos, normas y procedimientos establecidos por la UISEK y se las puede realiza a nivel nacional e internacional, para obtener más información se puede descargar un documento PDF donde explica términos y condiciones de la pasantía y sus condiciones.

La UISEK como pudimos observar aún no cuenta con promoción internacional que se considere competencia para la PUCE.

3.2.2.4 Universidad Internacional del Ecuador

La Universidad Internacional del Ecuador es afiliada a la Red Latinoamericana de Universidades junto con otras treinta instituciones. Cuenta con el Departamento de Relaciones Internacionales que ofrece hacer intercambios a sus estudiantes y recibir también a estudiantes extranjeros.

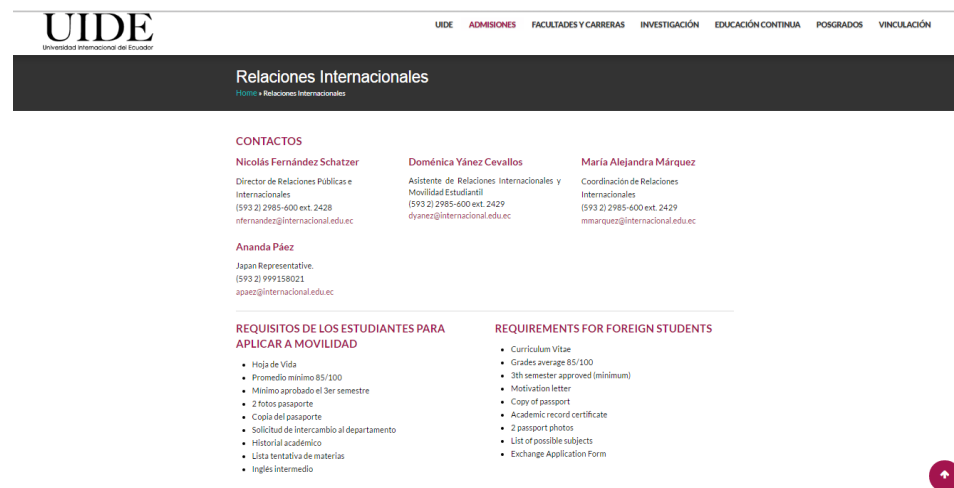


Figura 68: Captura de pantalla de Página Web UIDE Relaciones Internacionales

Fuente: <http://uide.edu.ec/relaciones-internacionales/>

En la Figura 66 se observa a la página Web de la UIDE en su portal de Relaciones Internacionales, lo cual muestra la información de contactos de la misma y los requisitos de movilidad tanto para los estudiantes nacionales como para los internacionales, seguido de una lista de Universidades con las cual cuenta con convenios de intercambio como se observa en la Figura 67.

CONVENIOS BILATERALES CON UNIVERSIDADES EXTRANJERAS:

País	Universidad	Área
ALEMANIA	DEGGENDORF UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE	
	MUNICH BUSINESS SCHOOL	
ARGENTINA	UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES (Por el momento no se aceptan aplicaciones sobre movilidad)	
	INSTITUTO UNIVERSITARIO HOSPITAL ITALIANO	MEDICINA
BRASIL	UNIVERSIDAD DE SAO PAULO	ODONTOLOGÍA
	UNIVERSIDAD DE BRASILIA	
	UNIVERSIDAD FEDERAL DEL RÍO GRANDE	ODONTOLOGÍA
CHILE	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE CHILE	
	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	
	UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO	INGENIERÍA COMERCIAL, MARKETING, NEGOCIOS INTERNACIONALES, INFORMÁTICA Y MULTIMEDIA, COMUNICACIÓN
COLOMBIA	UNIVERSIDAD MILITAR DE NUEVA GRANADA	
	UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS Y AMBIENTALES	CIENCIAS DE LA SALUD, INGENIERÍAS, CIENCIAS AMBIENTALES, CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS, CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
	UNIVERSIDAD DE AMÉRICA DE COLOMBIA	
	UNIVERSIDAD EL BOSQUE	
CUBA	INSTITUTO SUPERIOR DE TECNOLOGÍAS Y CIENCIAS APLICADAS	TECNOLOGÍAS Y CIENCIAS APLICADAS
	UNIVERSIDAD DE CIENCIAS DE LA CULTURA FÍSICA Y EL DEPORTE "MANUEL FALGADO"	
ESPAÑA	FUNDACION ALICIA	GASTRONOMÍA
ESTADOS UNIDOS	UNIVERSITY OF CENTRAL ARKANSAS	
	FLORIDA HOSPITAL	MEDICINA
	COLUMBIA UNIVERSITY	MEDICINA
	CASE WESTERN UNIVERSITY	MEDICINA
	SCHILLER INTERNATIONAL UNIVERSITY	MBA ADMINISTRACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES, MBA EN HOTELERÍA Y TURISMO INTERNACIONAL, MBA EN GESTIÓN TECNOLÓGICA DE LA INFORMACIÓN
HOLANDA	THE HAGUE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE	
ITALIA	UNIVERSIDAD DE FLORENCIA	ARQUITECTURA
	UNIVERSIDAD DE VENEZIA (IUA)	ARQUITECTURA
	CA' FOSCARI	
	UNIVERSIDAD BERGIANA (CRESTANO)	

Figura 69: Captura de pantalla de Página Web UIDE Relaciones Internacionales, convenios

Fuente: <http://uide.edu.ec/relaciones-internacionales/>

Adicionalmente la UIDE cuenta con un programa de verano llamado Arkansas el cual ofrece enviar a sus estudiantes a los Estados Unidos en la Universidad de Arkansas en Corway en sus vacaciones la información se encuentra totalmente en inglés, sin embargo, los postulantes deben

acercarse directamente al Departamento de Relaciones Internacionales para hacer su postulación y obtener información, como se observa en la Figura 68.

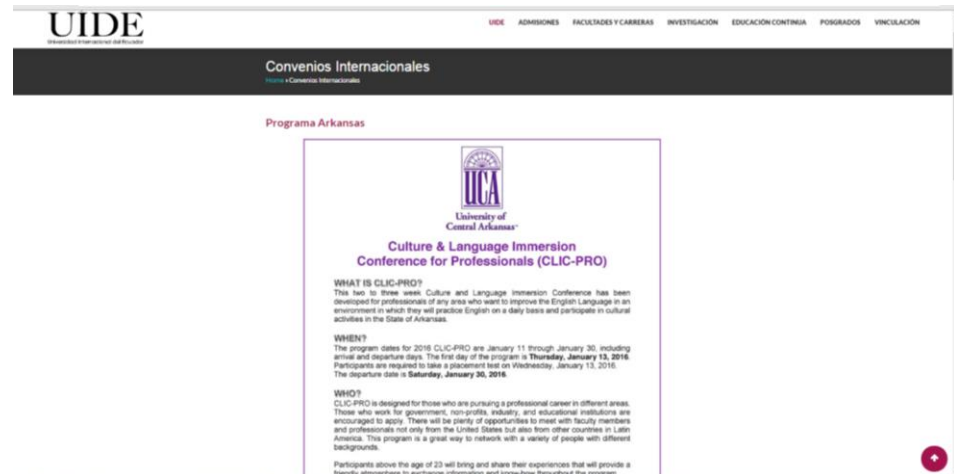


Figura 70: Captura de pantalla de Página Web UIDE Convenios Internacionales

Fuente: <http://uide.edu.ec/convenios-internacionales/>

La UIDE aún no cuenta con un portal interactivo para estudios internacionales lo cual no representa un competidor potencial para la PUCE.

3.2.3 Conclusiones acerca de la Investigación Realizada a la competencia

Concluida la investigación realizada a las Universidades que representan como competencia para la PUCE se ha podido evidenciar la oferta existente y con sus atributos y características dentro de las mismas. De manera global, se puede observar que nuestros mayores competidores de promoción internacional son la Universidad de las Américas y la Universidad San Francisco de Quito. Lo cual

se podrá tomar en cuenta al momento de proponer las estrategias para el Plan de Promoción Académico de la PUCE a Nivel Internacional.

3.3 PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

En cuanto a la promoción de la PUCE existe poco presupuesto para realizar promoción de la misma a nivel internacional, a diferencia de la competencia que realizan gran inversión en promoción y publicidad para el público internacional las cuales convencen al cliente que dichas universidades ofrecen mayores beneficios debido a la percepción que ocasiona sus portales publicitarios.

En el caso de la PUCE como se mencionó anteriormente el presupuesto para la promoción de la misma no está dentro de estado de Ingresos y Egresos como podemos observar en la figura 69, la competencia designa un rubro significativo al presupuesto de promoción de sus universidades y se evidencia al observar los portales y páginas de la competencia, además de poner énfasis en varios programas internacionales.



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL FINANCIERA – Presupuestos

PRESUPUESTO CONDENSADO

(Expresado en miles de dólares)

INGRESOS Y EGRESOS

CICLO PRESUPUESTARIO: Enero a Diciembre 2016

INGRESOS:	
	PRESUPUESTO APROBADO
Saldo préstamo Banco Santander	1.000
Subvenciones estatales	12.339
Fondos propios	97.123
Descuentos por letras y pensión diferenciada	(21.464)
Aranceles netos	75.659
Ingresos financieros	1.128
Ingresos varios	142
TOTAL INGRESOS:	90.268

EGRESOS:	
	PRESUPUESTO APROBADO
Gastos de personal	74.431
Capacitación	450
Otros gastos de operación	21.787
Gastos de inversión	936
Proyectos específicos	750
Proyectos de investigación	3.218
Plan estratégico de desarrollo institucional	1.500
Otros gastos (imprevistos)	500
TOTAL EGRESOS:	103.572

Figura 71: Presupuesto Condesado PUCE 2016

Fuente: <http://www.puce.edu.ec/documentos/dgf/Informacion-Financiera-PRESUPUESTO-2016.pdf>

Una oportunidad muy clara es que la PUCE tiene una buena ubicación a nivel mundial, QS University Rankings la ubican entre los primeros puestos a nivel de Latinoamérica y de Ecuador. Además, de tener una gran variedad de convenios internacionales hasta la fecha 94 son vigentes en varios países tanto de Latinoamérica como de Europa Oriente Medio además de las Redes USJAL, FIU, lo cual abre una gran puerta para poder realizar intercambios estudiantiles de docentes y de investigación.

Otra oportunidad evidente es la investigación que realiza la PUCE, los centros de investigación atraen a profesionales extranjeros para conocer más sobre la

biodiversidad, botánica, nuevas especies de animales, el Centro de Investigación en Enfermedades Infecciosas y Crónicas misma que es reconocida a nivel mundial a través del Ranking Web Of University.

A partir de esto otro problema que surge en la PUCE es la confianza de buen nombre ganada a través de los años, sin tomar en cuenta que no se da a conocer tanto al público nacional como internacional las fortalezas y oportunidades que la PUCE ofrece, los estudiantes no conocen sobre oportunidades internacionales los mismos que pueden ser voceros del país como de la PUCE.

3.4 ESTABLECER OBJETIVOS

- Incrementar el número de estudiantes extranjeros para los siguientes semestres tanto de intercambios como de la escuela de lenguas español.
- Dar a conocer la PUCE con todos sus beneficios académicos para estudiantes nacionales y extranjeros, variedad de carreras, convenios internacionales.
- Logra que el público internacional tenga mayor información sobre los Reforzar a la PUCE en estrategias para el manejo de páginas Web ya que son la ventana por la que el mundo conoce los servicios ofrecidos convenios, información sobre aplicación a la PUCE requisitos y ofertas academias.
- Lograr un crecimiento dentro de la oferta de programas internacionales realizando benchmarking de universidades internacionales, el cual tienen acogida con extranjeros y facilidad de información para las mismas.

3.5 ESTABLECER LAS ESTRATEGIAS

3.5.1 Diagnósticos de Comunicación

Para realizar un diagnóstico preciso de comunicación interna y externa de la PUCE, se realizó una entrevista a Yohana Piedra, Coordinadora de Relaciones Públicas de la Universidad, lo cual se puede utilizar como medio para promocionar los programas de intercambio.

1. Síntesis Informativa diaria que se encuentra en la página Web de la PUCE, que llega a todos los correos de comunidad Universitaria y consiste en un resumen diario de noticias PUCE y del país. Además, se realiza un boletín de prensa que se envía diariamente a los medios para ser publicados gratuitamente, lo cual es importante publicar los convenios y programas de intercambio que tiene la PUCE.
2. Noticias Flash en este caso se ofrecen las noticias instantáneas de los sucesos universitarios y llega directamente al computador de cada una de las personas de la comunidad universitaria, dentro de este medio se publicará las noticias de convenios recientes que se ha logrado con Francia tanto para estudiantes como para docentes y administrativos, mismos convenios que los realiza la Dirección de Relaciones Internacionales.
3. Otro medio informativo que cubre la comunidad universitaria es el cartel de actualidad PUCE, que recoge las actividades de la PUCE y las difunde mensualmente en las carteleras de la institución, por medio del cual se puede

difundir convenios internacionales y adicionalmente programas de verano de la PUCE que se realizan en el exterior.

3.5.2 Elaboración de Estrategias

3.5.2.1 Plan de Medios

El objetivo de realizar un plan de medios es el de recomendar los medios de comunicación claves para dar a conocer a nuestro público objetivo lo que la PUCE oferta en el sistema educativo internacional

3.5.2.2 Estrategia de Medios

Los medios adecuados para llegar a tener posicionamiento y recordación en los jóvenes tanto a nivel nacional como internacional, tienen que ver con estilo de vida actual y el crecimiento de educación global por lo cual se recomienda la utilización de medios donde los jóvenes compartan su tiempo y puedan ser impactados por publicidad.

Así como el uso del internet, en la actualidad el acceso al mismo se ha extendido notablemente y las páginas de redes sociales se han propagado y popularizado para conocer e indagar sitios Web a nivel mundial.

Como medios adicionales se han seleccionado las siguientes estrategias:

- **BTL**

Casa abierta internacional; este es un espacio donde se podrá tener contacto personalizado con los asistentes los mismos que serán los estudiantes de la PUCE en el cual se dará a conocer los países y universidades con los que se tiene convenios, para realizar intercambios y programas de verano, en la misma participaran los jóvenes extranjeros que visitan la PUCE, así como la DRI con un grupo de jóvenes que ya hayan ido de intercambio y los mismos puedan contar sus experiencias, y a su vez se podría invitar a representantes de Universidades con la que cuenta convenios como la Red AUSJAL, FIU y los distintos convenios vigentes con el cual cuenta la PUCE, de esta manera se motivara a los estudiantes a realizar estudios en el exterior y a su vez ellos sean los voceros para estudiantes extranjeros, con intercambios uno a uno o motivándoles a visitar la PUCE en Ecuador.



Figura 72: Estudiantes Internacionales PUCE 2015

Fuente: <https://www.facebook.com/pontificiauniversidadcatolicadelecuador/photos/>

En la figura 70 se observa los estudiantes internacionales que se encuentran en la PUCE junto con el personal de D.R.I

Adicionalmente se entregará material promocional para reforzar la información los mismos pueden ser:

- CD con información de convenios con las distintas Universidades, fotos de las mismas y videos.
- Tríptico con información de la DRI.

Participación de estudiantes Internacionales de la PUCE en la casa abierta anual que realiza la PUCE, en esta ocasión la D.R.I realizara una exposición sobre los convenios y programas internacionales que se desarrollan en la PUCE y programas de becas que pueden obtener mediante su carrera universitaria.

Esto puede atraer a más estudiantes universitarios ya que pueden realizar estudios en el exterior y sería una fortaleza adicional para el sistema de estudiantes nacionales bachilleres que quieren ingresar a la PUCE

A continuación, un cuadro que resume la asistencia que la casa abierta ha tenido durante los últimos cinco años:

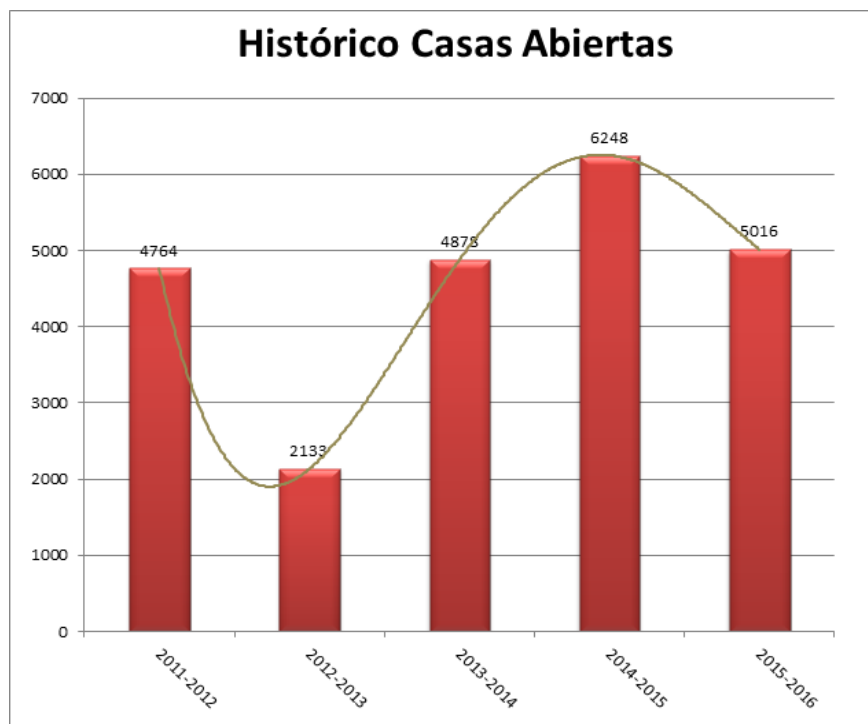


Figura 73: Histórico Casa Abierta PUCE 2011-2016

Fuente: Dirección General de Estudiantes PUCE

En la figura 71 se observa el Histórico de la Casa Abierta de la PUCE 2011-2016 lo cual en el periodo 2014-2015 se observa mayor asistencia y en el periodo 2012-2013 menos asistencia.

Realizar Casas abiertas en Universidades del exterior y así atraer a estudiantes extranjeros, en áreas de relaciones internacionales y poder captar estudiantes interesados así gestionar relaciones generando bases de datos de estudiantes internacionales.

Emailing: Aprovechando las bases de datos obtenidas en casas abiertas internacionales, se puede hacer el uso de emailing, es decir enviar correos masivos con información sobre la PUCE, y los distintos programas de intercambio y convenios de la misma.

Si la base de datos obtenida en las casas abiertas realizadas en el exterior se deberá incurrir a la compra de bases de datos de redes sociales la cual se puede segmentar fácilmente la base. Se puede comprar de Yahoo, Facebook, Gmail, o con Universidades de Convenios por medio de Relaciones Internacionales.

- **Internet**

En internet como se ha mencionado es una herramienta que está al alcance de nuestro grupo objetivo y los costos para llegar a ellos son relativamente bajos, además en la actualidad es el medio por el cual se observa la mayoría de información además las nuevas tecnologías, conjuntamente con Internet y de la información surgió una nueva posibilidad para publicitar y difundir las Universidades a nivel mundial a través de los sitios Web. En realidad, Internet está cambiando el funcionamiento de la promoción Universitaria al igual que la forma en que trabajan las personas debido al papel fundamental que cumple la información.

- **Google AdWords**

Muestra cuántas personas ven su anuncio y qué porcentaje hace clic para visitar su sitio web o llamarlo. Con las herramientas de seguimiento, se puede ver el rendimiento de los anuncios en cualquier momento al acceder a su cuenta de Google AdWords. Esta

aplicación también envía un resumen mensual con las principales estadísticas y las cifras más importantes.

El costo de pagar por esta publicidad es realmente bajo, una de las ventajas es estar en los primeros lugares en el buscador de Google la PUCE al ser una pequeña palabra se direcciona para encontrarse en los primeros lugares, sin embargo, al hacer mención sobre estudios en Latinoamérica a nivel internacional, existen otros países que realizan mayor promoción para que el estudiante extranjero se interese por visitar tanto el país como la Universidad.

Es por ello que esta es una herramienta a bajo costo y eficaz para realizar la promoción a nivel mundial.

- **Página Web PUCE Relaciones Internacionales.**

De acuerdo a la investigación de mercado realizada para el desarrollo del Plan de Promoción, se notó un común desacuerdo con la forma en que está organizada la Pagina Web de Relaciones Internacionales de la PUCE. Para los estudiantes extranjeros les resulta complicado encontrar información que les haga conocer más sobre la PUCE y de cómo poder postular a la misma, fechas de postulación, convenios y programas, esto generó malestar e incluso confusión para la mayoría de personas que participaron en la investigación.

Por estas razones es indispensable realizar cambios a la página Web de la Dirección de Relaciones Internacionales de la PUCE por ende se ha desarrollado algunas estrategias para mejorar la página mencionada.

Benchmarking Páginas de Relaciones Internacionales:

La página de la D.R.I debería tener la opción para escoger varios idiomas

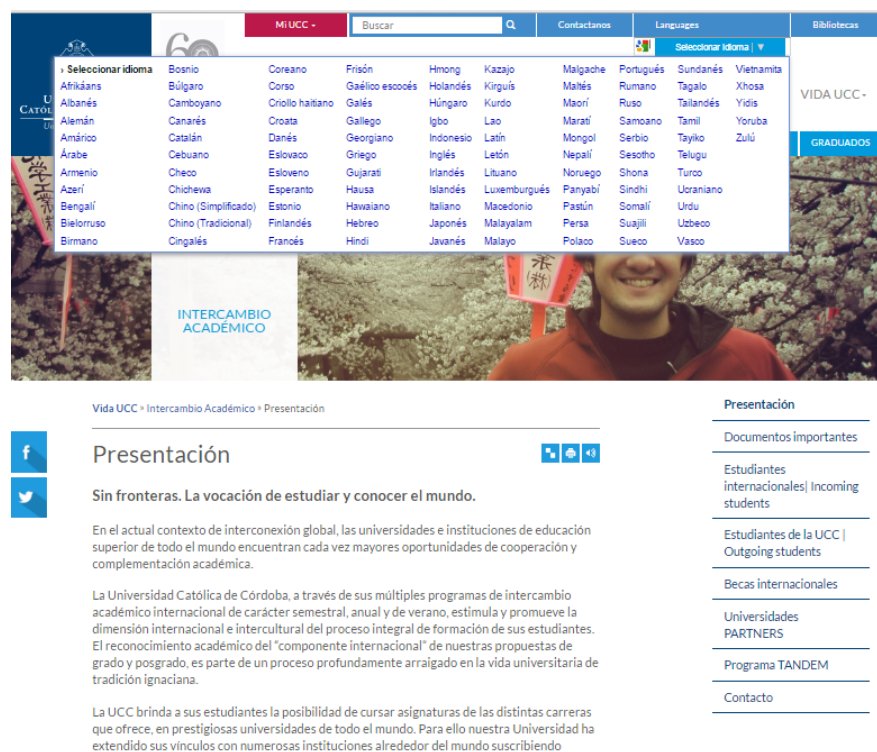


Figura 74: Página Web de Relaciones Internacionales
Universidad Católica de Córdoba

Fuente: <http://www2.ucc.edu.ar/vida-ucc/intercambio-academico/>

En la Figura 72 se observa la opción de varios idiomas con la que podría contar la página Web de la PUCE en su portal de D.R.I ya

que así los estudiantes extranjeros pueden informarse de mejor manera sobre la PUCE, al poder tener información en su idioma natal o a su vez en inglés, esto servirá para crear una página más interactiva para los visitantes en nuestra página Web.



Figura 75: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Fuente: *Universidad Católica de Córdova*

En la figura 73 se observa el menú de opciones que podría tener la página Web de la D.R.I en el cual podría existir un menú desplegable en el cual se podría encontrar:

- Presentación como Relaciones Internacionales de la PUCE,
- Documentos importantes; Reglamentos Académicos de Intercambios y Programas que existan en la PUCE para estudiantes extranjeros.

Así mismo como se muestra en la figura 74 se despliega un menú con información para estudiantes extranjeros y estudiantes de la PUCE que quieran realizar intercambios en el exterior con las universidades que se tiene convenio, y a su vez en el mismo existan varias opciones para dar mayor información a todos los estudiantes interesados en saber más sobre Relaciones Internacionales y las ofertas sobre programas de intercambio.



Figura 76: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE menú desplegable

Fuente: Universidad Católica de Córdoba

Al mismo tiempo se deberían desplegar guías para estudiantes extranjeros, con opciones de información para realizar un intercambio con la PUCE como se observa en la figura 75.



Figura 77: Sugerencia página Web de Relaciones

Internacionales PUCE Guía para estudiantes Internacionales

Fuente: Benchmarking Universidad Católica de Córdoba

En esta parte se incluirá toda la información que otorgue la D.R.I. al momento de hacer los cambios respectivos en la página Web de Relaciones Internacionales como fechas importantes de inicio de programas internacionales, eventos, costos del intercambio, y un link que lleve a la información académica en nuestro caso al portal de página Web de la PUCE y las carreras que ofrece.

Adicionalmente se puede incluir fotografías de la PUCE en cada pestaña junto con la información necesaria en cada una de ellas como se observa en la figura 76.

INTERNACIONAL

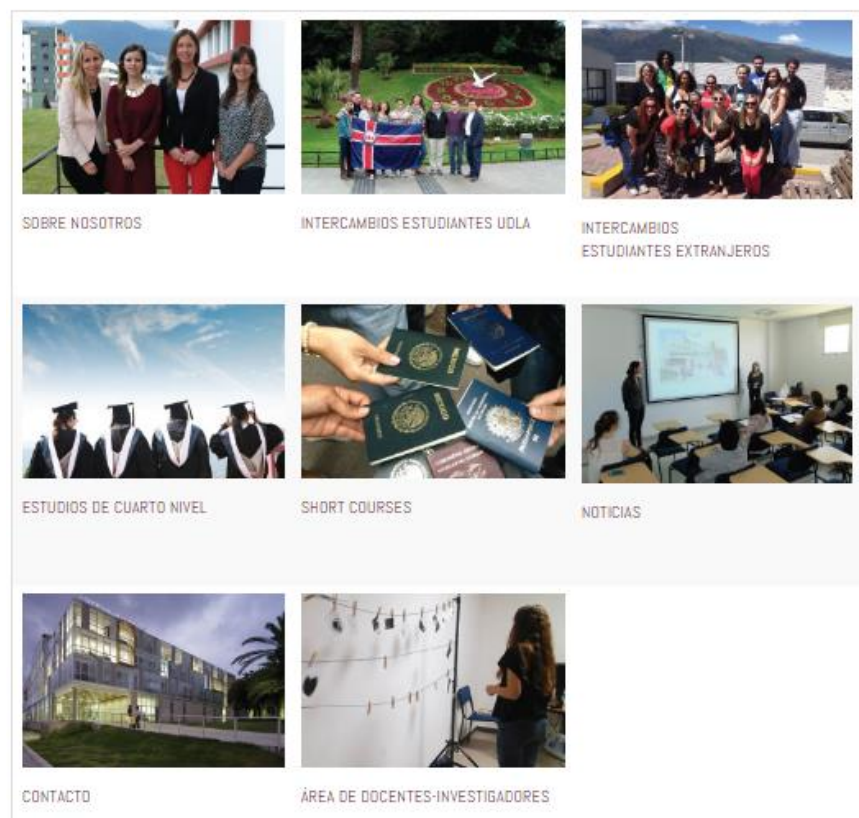


Figura 78: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Menú con fotografías

Fuente: Benchmarking Universidad de las Américas

En efecto en el menú deberá existir información sobre las universidades con las cuales se cuenta convenios tanto como la Red AUSJAL y las universidades que están fuera de la misma y también cuentan con convenios.

Para que sea más interactiva la página Web y otorgue mayor información a los estudiantes se creará un mapa en el cual se indique el país de las Universidades con convenios como se observa en la figura 77 y adicionalmente videos de las mismas y fotografías,

mismo que al dar clic en el icono de la Universidad elegida se despliegue información de la misma como se observa en la figura 78.



Figura 79: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Mapa Convenios

Fuente: Benchmarking USFQ



Figura 80: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Mapa Convenios

Fuente: Benchmarking USFQ

La página Web podrá contar con información sobre los programas de intercambio con la Red ASUJAL y programas bilaterales tanto para carrera de pregrado y postgrado, en el cual abra links de aplicación online para los estudiantes como se observa en la figura 79.

Programas de movilidad bilateral y AUSJAL

Carreras de grado

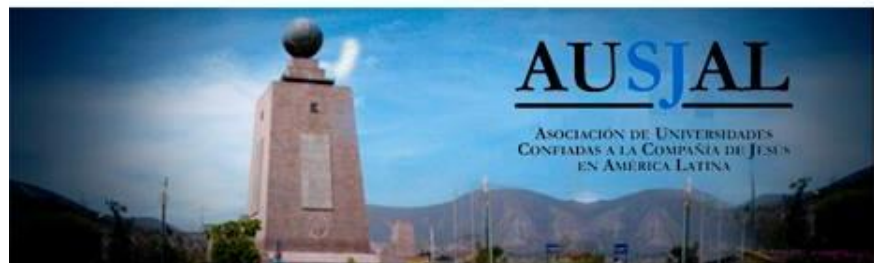
Carreras de posgrado

Si eres estudiante de aquellas [universidades socias alrededor del mundo](#) con las que la PUCE ha suscripto acuerdos de movilidad académica internacional, y quieres cursar asignaturas en alguna de las Facultades de nuestra Universidad, los pasos a seguir son los siguientes:

En tu país de origen

Contactar a tu coordinador de movilidad académica internacional para informarle que quieres participar del programa de movilidad con la PUCE .

[Hacer la admisión on-line en nuestro sitio web.](#)



[APPLY TO PUCE](#)

Figura 81: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE Información programas y convenios internacionales.

Fuente: Benchmarking Universidades del Exterior

Los estudiantes podrán dejar sus datos y esto proporcionará una base de datos lo cual se aplicará en la estrategia sobre emailing el cual se mencionó anteriormente de esta manera se genera una base de datos adicional, el cual en la actualidad se puede usar la herramienta Mailchimp.

Mailchimp es un proveedor de servicios de correo electrónico marketing, cuenta con 7 millones de usuarios que envían de forma conjunta más de 10 mil millones de mensajes de correo electrónico

a través del servicio mensualmente. Es una aplicación web, aunque se puede cargar y descargar algunos datos y por algunas características no es una aplicación en línea. (Wikipedia, 2016)

Utilización de la Página de Redes Sociales y Facebook

Se abrirá una página en Facebook de Relaciones Internacionales con la finalidad de publicar testimonios de estudiantes extranjeros que realizar intercambios en la PUCE, adicionalmente se podrá habilitar el chat para responder preguntas a los interesados en realizar intercambios o programas académicos internacionales, en la misma página se subirán fotos de las salidas de campo de los estudiantes extranjeros, así como las actividades realizadas en el campus. Como se observa en la Figura 80. De esta manera tanto los estudiantes extranjeros como personas internacionales interesadas en visitar la PUCE puedan conocer un poco más sobre Relaciones Internacionales.

El manejo de la página estará a cargo de las personas que llevará a cabo el plan de promoción de Relaciones Internacionales y también por parte del Departamento de Promoción.

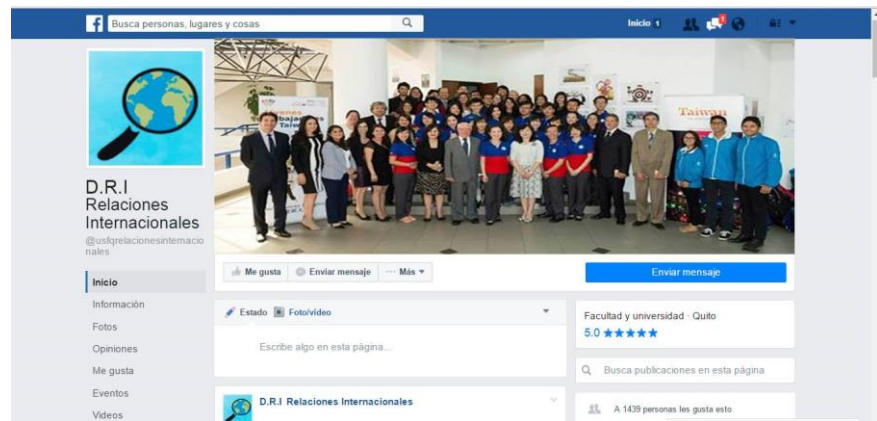


Figura 82: Sugerencia página Web de Relaciones Internacionales PUCE en Facebook.

Fuente: Facebook

3.6 ESTRATEGIAS PROMOCIONALES ADICIONALES

3.6.1 Estrategias competitivas

La principal estrategia que se utilizará para combatir a la competencia será la diferenciación, en el cual la promoción se debe dirigir a los beneficios que ofrece la PUCE para los estudiantes extranjeros con respecto a otras Universidades que ofrecen intercambios y programas internacionales, dentro del cual se informara a los estudiantes de las ventajas que obtendrán al estudiar tanto en Ecuador como en la PUCE.

En las que se propone realizar varias alternativas para diferenciarnos de la competencia:

Promocionar Proyecto Yasuní: La Estación Científica Yasuní (ECY) fue creada por el Estado Ecuatoriano el 25 de agosto de 1994. Días después, mediante un

contrato de comodato por 99 años, se entrega la ECY a la Escuela de Ciencias Biológicas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE).

La ECY se encuentra ubicada en las coordenadas geográficas 76°24'1,8"W; 0°40'16,7"S. Se halla en la Amazonía del Ecuador, provincia de Orellana, en la ribera derecha del Río Tiputini medio, a poca distancia de su confluencia con el Río Tivacuno. La ECY está dentro del Parque Nacional Yasuní (PNY), creado en 1979 con aproximadamente 9 820 km², y cerca de la Reserva Étnica Waorani, creada en 1990 con 6 800 km². Yasuní, junto con otras áreas de la cuenca amazónica noroccidental, es uno de los bosques con mayor biodiversidad en el Mundo.

La ECY apoya la actividad científica en los bosques amazónicos del Ecuador y en todas las áreas del saber. La ECY está fundada en el principio de que la ciencia y la tecnología son esenciales para una sociedad saludable y respetuosa de la vida. (PUCE, 2016)

Es una ventaja para la PUCE poder ofrecer programas de visita a la ECY mientras los estudiantes estén realizando tanto programas de intercambio como programas internacionales y de investigación en la PUCE el mayor atractivo para un extranjero es la biodiversidad con la que cuenta el país, y al tener acceso a este espacio sería una gran estrategia poder promocionar la PUCE mediante el turismo amazónico.

Promoción dentro de la PUCE y en las Universidades que se tenga convenios:

Un aspecto desconocido de la PUCE, incluso por sus mismos alumnos son los

convenios internacionales con otras universidades a nivel mundial. Por citar un ejemplo, la UDLA como se observó en la investigación de competencia ha hecho muchísimo énfasis en dar a conocer este beneficio y muchas personas incluso creen que es la universidad con más convenios internacionales, cuando la PUCE cuanta con más número de convenios y de mejor calidad.

Es por eso importante poder promocionarnos a nivel local tanto en carteleras, en noticias PUCE y en todo el entorno de promoción a nivel nacional indicando el gran número de convenios que tiene la PUCE, opción que asegurar más ingresos de alumnos a la PUCE y adicionalmente los mismos pueden ser voceros para estudiantes internacionales.

Promocionar la PUCE en las Universidades Internacionales con las que se tiene convenios es un factor muy importante para darse a conocer tanto como país y como Universidad atraerá mayor cantidad de estudiantes extranjeros, teniendo participación en ferias internacionales de varios países y siendo voceros al enviar alumnos que representen a la PUCE en las mismas.

Potenciar el Sistema Nacional PUCE cada sede tiene su potencial internacional:

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador con la finalidad de extender los servicios de educación superior a otras provincias del país ha constituido el Sistema Nacional PUCE(SINAPUCE). Actualmente cuenta con las siguientes sedes:

- Ambato.
- Esmeraldas.

- Ibarra.
- Manabí.
- Santo Domingo de los Tsáchilas.

Cada sede cuenta con un nivel alto de educación lo cual a través de la PUCE se puede realizar convenios para que los alumnos extranjeros puedan estudiar en las distintas sedes o a su vez organizar programas internacionales de visita a los mismos, realizando cursos por regiones o simplemente como un programa de turismo o familiarización con el país en las sedes con las que cuenta la PUCE, estrategia por ejemplo que realiza la USFQ el cual ofrece a los estudiantes extranjeros visitar los diferentes campus en las regiones del País este es un programa el cual el estudiante arma un paquete de viaje para pasar temporadas en las sedes que cuenta la Universidad el mismo a su vez, toma créditos con estudios en común en todas las sedes teniendo el programa una secuencia de estudio y de turismo a la vez, sería importante crear paquetes de familiaridad de estudiantes extranjeros que serviría como un programa de verano o de un semestre seguido como lo hace la USFQ.

Convenio con Programa Alumni: El principal objetivo de Alumni PUCE, la red oficial de exalumnos de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, es vincular de manera efectiva a la PUCE con sus graduados. Para ello, diseñan y ejecutan proyectos de mutuo beneficio para el crecimiento profesional, académico y personal de sus miembros.

La Red con la que cuenta la PUCE realiza convenios con exalumnos, de tal manera es factible contactar a exalumnos graduados que tenga potenciales

trabajos en el exterior y los mismos puedan ser voceros en los respectivos países en varias Universidades para promocionar la PUCE a nivel internacional. Se puede contar con testimonios de los mismos y su experiencia como estudiantes PUCE y haber obtenido altos niveles de educación superior el cual los ha llevado a residir en países extranjeros.

El convenio con Alumini puede ser una gran ventaja al hacer promoción aplicando también a los postgrados que ofrece la PUCE, mismos que serían ofertados a los graduados extranjeros que quieran visitar y realizar sus estudios de cuarto nivel en el Ecuador, es así que adicional a la promoción para aumentar la cantidad de alumnos internacionales en tercer nivel también se puede crear un vínculo para recibir alumnos internacionales en cuarto nivel.

Adicionalmente realizar un seguimiento de graduados en el extranjero conjuntamente entre Alumni y la D.R.I.

Convenios con embajadas con las carreras multilingües: Sería interesante contar con el auspicio y convenios de distintas embajadas para realizar estudios fuera del país y a su vez la embajada pueda promocionar a la PUCE para poder recibir a estudiantes extranjeros, un ejemplo de esto es la embajada de Jampón que hace promoción de la Escuela de Lenguas en el idioma Japonés PUCE, al realizar convenios con las mismas la puerta internacional para intercambiar alumnos es muy amplia, proponer programas de intercambios culturales y a su vez carreras de pregrado fomentaría que la PUCE se reconozca a nivel mundial realizando convenios en varias embajadas conjuntamente con la D.R.I.

Convenios con Ministerios: La PUCE podría implementar convenios con algunos ministerios para ser reconocida a nivel internacional entre ellos El Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana el mismo que cuenta con un sistema de gestión orientado al servicio ciudadano; responsable de promover políticas de desarrollo endógeno en el relacionamiento, cooperación e intercambio con el resto del mundo, movilidad humana, integración latinoamericana.

Al ser esta su misión dentro del País la PUCE podría crear programas de movilidad internacional entre estudiantes extranjeros y ecuatorianos, los mismos que serían acogidos en la PUCE para realizar estudios, investigación o cursos de política latinoamericana relacionados, es importante contar con convenios que ayuden a la PUCE a aumentar la cantidad de estudiantes internacionales.

Buscar Socios estratégicos: Sería muy interesante crear El Programa “Socios Estratégicos” que tenga por objetivo promover y gestionar la colaboración de personas físicas y jurídicas para el financiamiento de actividades universitarias de promoción Internacional de la PUCE, los mismos que tendrían beneficios como:

- Información periódica acerca del programa Internacional.
- Servicio de capacitaciones personalizadas de la Universidad hacia el “SOCIO ESTRATÉGICO.

- Recibir asesoramiento y acompañamiento en gestiones diversas a nivel nacional e internacional.
- Servicio de Asesoramiento en lo que el Socio requiera con varios profesionales PUCE.
- Difusión de la denominación, nombre de fantasía y/o marca/s del “SOCIO ESTRATÉGICO” en eventos, espacios físicos, actividades realizadas en el ámbito de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador de acuerdo a la estrategia de imagen de la propia organización y la Universidad.
- Difusión y publicidad del nombre de fantasía y/o marca/s del “SOCIO ESTRATÉGICO” en canales internos de comunicación: en la Publicidad de la PUCE, en la Página Web de la D.R.I.
- Uso de espacios físicos acondicionados de la PUCE para la organización de eventos o reuniones.
- Uso la Sede Institucional de la PUCE, para la organización de eventos o reuniones.

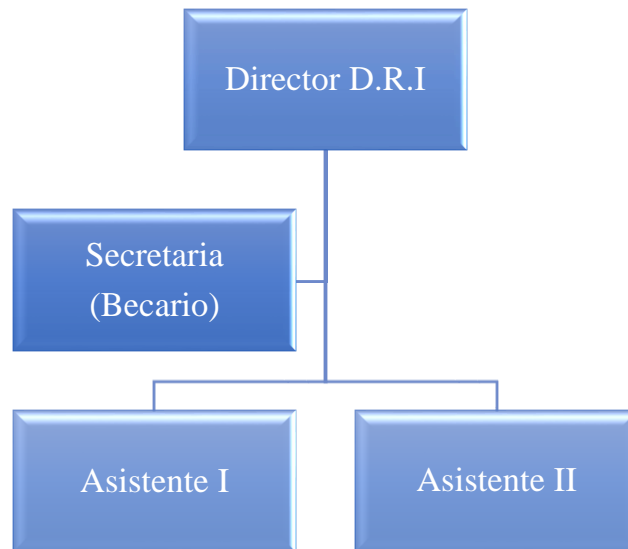
Residencia Universitaria en el nuevo campus: El propósito de la residencia es generar un plus adicional en la oferta académica a nivel Internacional de la PUCE, para los estudiantes extranjeros es una gran ventaja poder tener un lugar donde residir en el tiempo de estancia en sus años de pregrado o en programas

de intercambio por un año y de verano. Estos estudiantes encontrarían una solución a su problema de alojamiento dentro del mismo campus universitario, la PUCE podría disponer de residencias equipadas con todos los servicios: internet inalámbrico, teléfono, lavadora, secadora, sala de televisión, servicio de restaurante, vigilancia permanente, transporte, entre otros.

3.6.2 Estrategias del personal de promoción

Personal de la D.R.I: se pondrán a personas perfectamente preparadas, con conocimientos en inglés, conocimientos sobre todos los convenios que tiene la PUCE a nivel internacional, en este caso reforzar y mejorar al personal de la D.R.I por lo cual se debería capacitar en varios idiomas.

Una vez implementado el chat en tiempo Real por la página Web, los mismos serán encargados de responder y recaudar datos de los estudiantes extranjeros interesados en visitar la PUCE.

Estructura Organizacional DRI.**Figura 83: Estructura Organizacional Actual D.R.I**

Fuente: Asistente D.R.I

En la figura 81 se observa la Estructura Organizacional que tiene la D.R.I en el presente lo cual consta del Director, un ayudante de secretaria que semestralmente es un pasante que ocupa la becaria de la misma, y dos Asistentes el cual se encargan de realizar varias funciones entre dar información y atención tanto a estudiantes Nacionales e Internacionales, realizar archivos y otorgar información de los programas existentes, entre otras.

Es importante crear una nueva estructura organizacional para la misma que cuente con un cuerpo de personas encargadas de realizar funciones específicas y de esta manera poder obertura mayor cantidad de personas internacionales en la PUCE para realizar las funciones antes mencionadas a continuación en la Figura 82 se observa la propuesta de una nueva Estructura Organizacional para la D.R.I dado el caso de implantar las estrategias sugeridas.

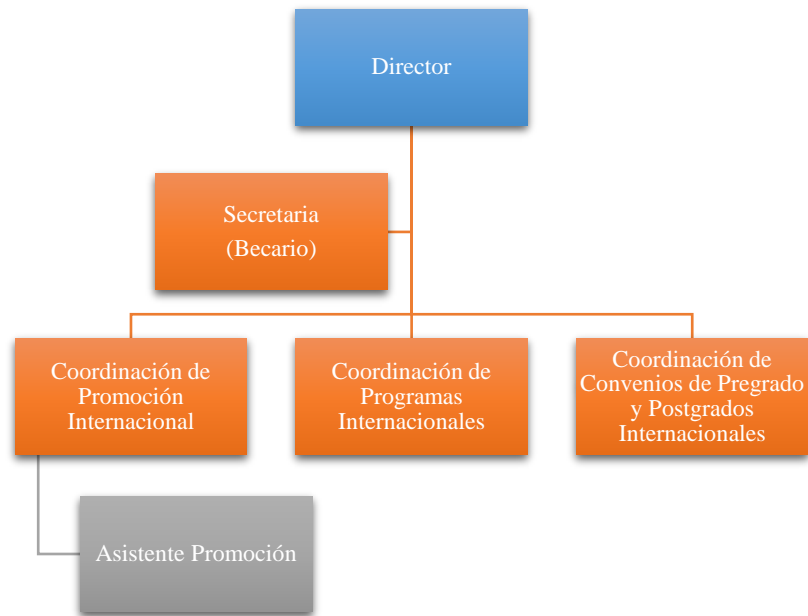


Figura 84: Reestructura Organizacional Actual D.R.I

Fuente: Asistente D.R.I.

Coordinación de Promoción Internacional: encargada de realizar como su nombre lo dice promoción tanto a nivel internacional y nacional, creando propuestas y estrategias de marketing para ser conocidos a nivel mundial, ferias internacionales, socios estratégicos, diseño y publicidad de todos los convenios.

Asistente Promoción: Atención al público interesado en realizar intercambios, atención al chat, correos, manejo de Redes Sociales, actualización de las mismas, administrador de base de datos obtenidas de los diferentes medios, manejo de la página Web y Aplicaciones Web sugeridas.

Coordinación de Programas Internacionales: encarda de realizar todos los tramites de intercambios tanto para estudiantes extranjeros como para los estudiantes de la PUCE, realizar facilidades de viaje, residencia, y actividades académicas para los estudiantes extranjeros, crear nuevos programas para

familiarización de extranjeros y ayuda a estudiantes nacionales en tramites convalidación de pensum etc.

Coordinación de Convenios de Pregrado y Postgrados Internacionales: encargada de mantener vigentes convenios y contactos con todos los países de las Redes vigentes ASUSJAL FIU entre otras, crear nuevos convenios junto con varios países y embajadas, dirigidas por el Director de la D.R.I.

Adicionalmente tanto los docentes como el personal administrativo deberían capacitarse en el idioma ingles para que el estudiante extranjero se sienta más familiarizado a la hora de realizar trámites en las secretarías, o a su vez preguntas en clase con los docentes asignados conforme a sus créditos.

Mallas curriculares en Ingles: Es de suma importancia crear pensum que se puedan convalidar en el exterior, que a su vez se pueda ofrecer créditos netamente en inglés, la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables tiene como plan crear nuevas carreras de Negocios Internacionales mismas que podrían tener mallas curriculares en el idiomas inglés, tanto estudiantes de la PUCE como estudiantes extranjeros serian beneficiados con estas mallas al poder interactuar en un idioma extranjero y a su vez compartir entre estudiantes nacionales e internacionales.

Unidades Académicas: cada una debe tener un plan de promoción internacional en conjunto con la DRI para enfocarse en tipos de targets diferentes fuera del país, cada facultad podría presentar proyectos internacionales dirigidos a

estudiantes o investigadores extranjeros mismos que puedan ser ofertados según sus fortalezas, un ejemplo de ello es la Facultad de Medicina y Biología que realizan programas a nivel internacional.

Mejorar Comunicación Interna: después de un análisis global dentro de la PUCE, las mejores a realizarse se deben hacer en conjunto siendo el protagonista esencial la Dirección de Relaciones Internacionales, conjuntamente con el Departamento de Promoción, y todas las Unidades Académicas, Departamento de Comunicación y Lenguas, plantear una dirección de promoción organizada para realizar con éxito el Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE a Nivel Internacional.

4 PRESUPUESTO Y GUÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN

En afán de culminar la disertación de forma exitosa, fue importante buscar la información para el desarrollo del presupuesto con DEVSU es una empresa líder en el mercado ecuatoriano en desarrollo de aplicaciones web y móviles de alta calidad, el cual cuenta con un equipo de emprendedores cuya misión es la de proporcionar soluciones tecnológicas a empresas de primer nivel. Proveen a sus clientes un producto basado en los estándares de calidad más altos y desarrollado con tecnología de punta, el cual siempre buscan que su trabajo exceda las expectativas de sus usuarios. Dicha empresa cuenta con un nivel de experiencia alto dentro de los proyectos en los cuales los miembros han participado UCLA (Universidad de California) entre otras. (Ver Anexo 13).

4.1 PRESUPUESTO IMPLEMENTACIÓN SISTEMA WEB

X #	Ref	Feature	Est. hours	Description/Comments
		Ambientes de Trabajo		
1	F001	Amb. Desarrollo	4	Configuracion ambiente desarrollo
1	F001	Amb. Desarrollo	8	Configuracion ambiente staging
		Plataforma		
3	F003	General	8	Configuración general del framework (CMS) y estructura de BD
4	F004		6	Creacion roles & permisos de usuario
5	F005		12	Pantalla de configuración de roles y permisos de usuarios
6	F006	Home page	4	Header & Footer
7	F007		12	Area principal
8	F008	Secciones Generales	6	Integración con solución de emailing
9	F009		4	Integracion google analytics
10	F010	Múltiples Idiomas	16	El cliente debe proporcionar las traducciones. No se incluye la carga de contenido. No incluye idiomas que se escriben desde la derecha.
		Sitio web público		
11	F011	Páginas de contenido	8	
12	F012	Página de solicitudes	16	
13	F013	Eventos	12	
14	F014	Noticias	12	
17	F017	Integración con chat de soporte	16	
18	F018			
19	F019			
20	F020			
				144.00 hours
				\$5,760
		Development		Estimated amount
			144.00 h	
	DEV	Desarrollo & Codificación	144	\$5,760
	UI	Wireframes y Diseño UI/UX	16	\$640
5%	CS	Definición de Arquitectura del Sistema	8	\$320
25%	TH	Integracion Diseño Grafico (incluye responsive design)	36	\$1,440
25%	PM	Gerencia de Proyecto	36	\$1,440
10%	TE	Control de Calidad	15	\$600
10%	DP	Instalacion & Despliegue a Produccion y 3 horas de capacitación	15	\$600
20%	BU	Buffer para imprevistos	29	\$1,160
		Total	299.00 h	\$11,960.00

Figura 85: Presupuesto Implementación Sistema Web Relaciones Internacionales PUCE

Fuente: Devsu.

En la figura 81 se observa el presupuesto de Implementación para el Sistema Web de la Dirección de Relaciones Internacionales de la PUCE, mismo que centra todas las estrategias propuestas, para el rediseño de la página Web, como se explican en el Anexo 13, la empresa realiza cambios de plataforma para que la D.R.I. o el encargado de promoción de la Pagina Web pueda administrarla después de implementarla.

Dentro de los términos y condiciones se encuentra el mantenimiento a la plataforma dado el caso de contratar estos servicios.

La propuesta incluye una ronda de diseño de las páginas. Si se requieren rondas adicionales de diseño, tendrán un costo adicional, a un precio de \$40/hora.

La propuesta no incluye los valores de los servicios externos (mailchimp, google analytics, y el servicio de chat en línea). De todas maneras, mailchimp y google analytics proveen una opción gratuita, que sería lo recomendado para empezar.

La propuesta no incluye el costo de hosting. Esto se puede ofrecer a un costo de \$600/año, que incluiría el hosting + 2 horas de soporte al mes.

Tabla 7: Presupuesto Implementación Pagina Web D.R.I

CARACTERÍSTICAS	Cant. Hora	Tarifa por Hora	TOTAL
Desarrollo & Codificación	144	\$ 40,00	\$ 5.760,00
Wireframes y Diseño UI/UX	16	\$ 40,00	\$ 640,00
Definición de Arquitectura del Sistema	8	\$ 40,00	\$ 320,00
Integración Diseño Gráfico (incluye responsive design)	36	\$ 40,00	\$ 1.440,00
Gerencia de Proyecto	36	\$ 40,00	\$ 1.440,00
Control de Calidad	15	\$ 40,00	\$ 600,00
Instalación & Despliegue a Producción y 3 horas de capacitación	15	\$ 40,00	\$ 600,00
Buffer para imprevistos	29	\$ 40,00	\$ 1.160,00
Mantenimiento Anual	0	\$ 600,00	\$ 600,00
PAGINA WEB TOTAL	299		\$ 12.560,00

4.2 PRESUPUESTO BTL

Dentro de las estrategias se encuentra realizar casas abiertas internacionales para lo cual se dará trípticos y CD con impresión y contenido lo cual se realizaron cotizaciones a la empresa creativeprint. (Ver Anexo 14).

Tabla 8: Presupuesto BTL

CARACTERÍSTICAS	Cant.	C. Unitario	TOTAL
Casa abierta Relaciones Internacionales	2	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Trípticos	2000	\$ 0,081	\$ 162,00
CD con diseño de D.R.I	2000	\$ 0,90	\$ 1.800,00
Diseño de trípticos y Cds	1		\$ 75,00
BTL			\$ 12.037,00

4.3 PRESUPUESTO REDES SOCIALES HE INTERNET

Las tarifas obtenidas en afán de encontrar información verídica fueron proporcionadas por la Empresa Davsu según su conocimiento según su experiencia en el mercado.

Tabla 9: Presupuesto Emailing según cantidad de envío

COSTOS POR NUMERO DE MAILS		
5,000 emails masivos	\$	9,00
10,000 emails masivos	\$	10,00
15,000 emails masivos	\$	14,00
20,000 emails masivos	\$	16,00
30,000 emails masivos	\$	21,00
40,000 emails masivos	\$	28,00
50,000 emails masivos	\$	35,00
60,000 emails masivos	\$	43,00
70,000 emails masivos	\$	50,00
80,000 emails masivos	\$	57,00
90,000 emails masivos	\$	64,00
100,000 emails masivos	\$	71,00
150,000 emails masivos	\$	107,00
250,000 emails masivos	\$	178,00
500,000 emails masivos	\$	357,00
1,000,000 emails masivos	\$	656,00
1,500,000 emails masivos	\$	1.013,00
2,000,000 emails masivos	\$	1.312,00
3,000,000 emails masivos	\$	1.990,00
4,000,000 emails masivos	\$	2.595,00
5,000,000 emails masivos	\$	3.520,00

En la figura 83 se observa el costo de envío de emails masivos el cual se enviarán a bases de datos que se pueden comprar en varias redes sociales o a universidades con convenios, como se explicó en las estrategias.

Sin embargo, la misma empresa propuso usar mailchimp que es una aplicación gratuita con las mismas características de Emailing.

Los costos de la herramienta de Google los da la misma página en mención. Ver Anexo 15.

Tabla 10: Presupuesto Internet Redes Sociales y Aplicaciones Gratuitas

PRESUPUESTO INTERNET			
CARACTERISTICA	Cant.	C.Unitario	TOTAL
Mailchimp	publicidad	\$ -	\$ -
Facebook	publicidad	\$ -	\$ -
Google AdWors	30000 clics	\$ 0,10	\$ 3.000,00
INTERNET			\$ 3.000,00

4.4 PRESUPUESTO DE RECURSO HUMANO

Dentro de una breve consulta realizada a la Msc. Cristian Viveros Coordinador de Promoción de la Dirección General de Estudiantes señaló que el costo de un coordinador en la PUCE cuesta alrededor de \$1700 y personal de apoyo alrededor de \$900.

Lo cual es necesario para incorporar en la estructura organizacional de la D.R.I.

4.5 PRESUPUESTO INTEGRAL PLAN DE PROMOCIÓN

Para poder observar de manera global cada uno de los rubros que se incorporaron para este plan de promoción se elaboró el siguiente cuadro de presupuesto.

Tabla 11: Presupuesto Integral para la Aplicación del Plan de Promoción Para la Oferta Académica de PUCE a Nivel Internacional

PRESUPUESTO INTEGRAL PLAN DE PROMOCIÓN			
	CARACTERISTICA	SUBTOTAL	TOTAL
PAGINA WEB TOTAL			\$ 12.560,00
	Desarrollo & Codificación	\$ 5.760,00	
	Wireframes y Diseño UI/UX	\$ 640,00	
	Definición de Arquitectura del Sistema	\$ 320,00	
	Integración Diseño Gráfico (incluye responsive design)	\$ 1.440,00	
	Gerencia de Proyecto	\$ 1.440,00	
	Control de Calidad	\$ 600,00	
	Instalación & Despliegue a Producción y 3 horas de capacitación	\$ 600,00	
	Buffer para imprevistos	\$ 1.160,00	
	Mantenimiento Anual	\$ 600,00	
BTL			\$ 12.037,00
	Casa abierta Relaciones Internacionales	\$ 10.000,00	
	Tripticos	\$ 162,00	
	CD con diseño de D.R.I	\$ 1.800,00	
	Diseño de tripticos y cds	\$ 75,00	
INTERNET			\$ 3.000,00
	Mailchimp	\$ -	
	Facebook	\$ -	
	Google AdWords	\$ 3.000,00	
RECURSOS HUMANOS			\$ 2.600,00
	Coordinador	\$ 1.700,00	
	Asistente	\$ 900,00	
TOTAL			\$ 30.197,00

En la Figura 84 se observa el Presupuesto Integral para el Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE a nivel Internacional, el cual es de un total de USD 30197,00, desglosados en USD 12560,00 equivalente al 42% del presupuesto en el rubro de la Pagina Web, USD 12037,00 equivalente al 40% del presupuesto en el rubro de BTL, USD 3000,00 equivalente al 10% del presupuesto en el rubro de Internet y USD 2600,00 equivalente al 9% del presupuesto en el rubro de Recursos Humanos.

*Costos sujetos a cambios, ya que en la casa abierta depende del número de participantes y el número de stand que se desee colocar, es importante incorporar la estrategia de los socios, para poder tener auspicios el valor de la casa abierta fue tomado como ejemplo el costo de la Casa Abierta de la PUCE en proporción a que esta no es de gran magnitud.

4.6 GUIA PARA LA IMPLEMENTACIÓN

El Plan de Promoción para la Oferta Académica de la PUCE a Nivel Internacional se lo ejecutara y contralora de la siguiente manera:

La propuesta para la Pagina Web una vez aprobada la estrategia la entrega para el desarrollo del proyecto es aproximadamente de 8 a 10 semanas, lo cual la Pagina Web estará disponible todo el año, adicionalmente tanto la publicidad como la promoción mediante las Redes Sociales, Mailchimp, Google Adwords se realizarán durante todo el año, recolectando la base de datos y mandando publicaciones para el público internacional y en general.

Por su parte la Casa abierta se la realizara dos veces al año una entre la tercera o cuarta semana de enero y la segunda en la tercera y cuarta semana de junio una vez que se hayan realizado convenios con varios socios estratégicos y ministerios, de esta manera se podrá exponer en conjunto con los convenios ya vigentes y todos los estudiantes extranjeros que estén dentro de la PUCE cursando el semestre.

Tabla 12: Guía para la implementación del plan de promoción

[illegible]

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Las conclusiones más destacadas producto de este estudio son las siguientes:

Mediante la ejecución del plan de promoción propuesto en la presente tesis se aumentará la posibilidad de incrementar la cantidad de estudiantes y personas del extranjero a la Pontificia Universidad Católica de Ecuador.

En el presente plan de promoción se destaca todos los puntos que se debe comunicar al grupo objetivo, la forma de hacerlo, los medios en los que se debe hacer y los costos que deben asignarse. Con la ejecución oportuna y correcta de este plan, la posibilidad de poder ofertar la PUCE a nivel internacional es mayor, puesto que se harían correctivos de las percepciones erróneas que tiene las personas sobre la universidad y se daría a conocer con la información veraz y confiable todos los aspectos positivos que tiene la PUCE tanto para los estudiantes extranjeros como para los nacionales.

La falta de información en todos los segmentos de estudio hace concluir que no se promociona a la PUCE utilizando los medios pertinentes publicitarios.

Muchos de los encuestados desconocían factores muy importantes de la PUCE, como lo es los programas internacionales y convenios con universidades de exterior.

Producto de esto la falta de comunicación y promoción a nivel internacional, muchas de las personas creen que la universidad tiene costos altos para realizar estudios en programas de intercambio y que a su vez no tiene convenios o facilidades para estudios en el exterior.

El mercado potencial tiene como necesidades tales como la flexibilidad de horarios, la modalidad, infraestructura, convalidación de pensum, nivel académico, convenios internacionales, entre otros beneficios en los cuales puedan combinar su desarrollo profesional con su desarrollo académico y su enfoque cultural.

Es por este aspecto anteriormente mencionado que se realizó la propuesta de plan de promoción para la oferta académica de la PUCE a nivel internacional, mediante la difusión de los beneficios ofertados, el fortalecimiento del liderazgo y prestigio hacia otros países, el poder llegar con nuestra oferta a conocer a mas estudiantes potenciales, que reconozcan la misma, se sientan identificados con ellas y que opten por esta con respecto a otras opciones del mercado a nivel internacional.

Este plan de promoción mantiene un presupuesto referencia de USD 30197,00 que incluye, diseño promocional, BTL, Estrategias de internet y recurso humano.

Dentro de las estrategias propuestas estas utilizar Marketing Digital ya que el mismo crea la oportunidad de atraer o captar el 100% de la atención del mercado objetivo, ya que es el cliente el que busca la información, interactúa con ella y llega a sus propias conclusiones.

Adicionalmente según QS TOP UNIVERSITIES la PUCE está ubicada a nivel mundial en el puesto número 701 siendo la Universidad que encabeza la lista de las Universidades ecuatorianas, por lo tanto, eso constituye una ventaja competitiva, ya que varias universidades no cuentan con el prestigio ni el renombre con el que cuenta la PUCE, a pesar de que puedan ser más atractivas a nivel económico y de convenios internacionales.

Debido a la estructura organizacional la PUCE es una entidad que no avanza rápidamente ante los cambios tecnológicos y de marketing ya que no se adapta rápidamente al cambio, en el marco de las relaciones internacionales se tenía una cantidad interesante de convenios según los expertos entrevistados, pero con el pasar del tiempo otras universidades llegaron hacer hincapié en esta área y la percepción de las otras universidades muestra que ellos tienen más convenios y que son mejor, por lo tanto, el mercado internacional tiene una percepción diferente de la PUCE.

La presente propuesta mantiene las normas y parámetros institucionales que sostiene para la difusión de sus programas académicos la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, y bajo la supervisión de la Dirección de Relaciones Internacionales.

5.2 RECOMENDACIONES

Mantener el buen posicionamiento que ha conseguido por su calidad, profesionalidad, nivel académico y responsabilidad social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

La situación económica, los costos para los estudiantes extranjeros es más alta que para los estudiantes nacionales, por lo cual se debería revisar la política de costos para que se haga más accesible.

Promocionar más los intercambios brindando a los estudiantes más facilidades para poder viajar y estudiar en el exterior hay muchas posibilidades de aprender y se debería mejorar relación y comunicación entre extranjeros y estudiantes de la PUCE.

- Realizar constantemente investigación acerca de los cambios del mercado, como nuevos competidores, nuevos programas ofertados, cada una de sus características y beneficios. Esto se podría realizar cada dos o tres años de la misma manera realizada dentro de este plan de disertación.

Realizar clases bilingües sobre todo en carreras administrativas, para que puedan crecer en entornos internacionales y negocios.

Mejorar en los exámenes que se toman en español y la información necesaria de los requerimientos para tomar materias, los estudiantes llegan a la PUCE con poca orientación para coger sus materias.

Realizar y promocionar más actividades para los extranjeros, como viajes turísticos para conocer el país su cultura y tradiciones.

Invertir el 5% de los ingresos totales de la PUCE en marketing institucional y en la promoción de las mismas para poder realizar, estrategias que ayuden a la PUCE a ser reconocida tanto a nivel internacional y nacional.

Participar en ferias internacionales, donde la PUCE sea participe, he invertir en paginad de reconcomiendo de universidades a nivel mundial como el QS para estar en los primeros lugares, mismo que tiene un valor de aproximadamente USD 30000,00, los cuales se pueden invertir en años posteriores, teniendo más prepuesto para la PUCE.

Se considera y recomienda que todas las Facultades y Escuelas tengas un departamento de promoción para así lograr una mejor difusión de las carreras y un avance en conjunto de la Universidad y que todas las carreras de la PUCE se destaquen en el medio y no solamente algunas.

Dentro la D.R.I los estudiantes que participaron en los Focus Groups presentaron una queja generalizada recalando que existe una desorganización por parte del acoplamiento en la llegada de los estudiantes extranjeros, la toma de créditos, la atención del personal, y los costos representan incomodidad en ellos, además de que no existe una vinculación y actividades con los estudiantes nacionales.

Desarrollar sistemas (SCM) (Gestión de la Cadena de Suministro), para lograr fidelizar al cliente mediante la contratación de personal capacitado para la atención permanente hacia al cliente, que desarrolle vínculos desde el momento del contacto con el cliente, indagando sus necesidades y preocupaciones, además de la percepción que posea acerca de los programas internacionales, otorgando información en el tiempo oportuno acerca de los programas ofertados, manteniendo el contacto, antes, durante y después de los programas, mediante el cual se deben aplicar procesos sistemáticos y permanentes de comunicación.

En el momento de aplicación de este plan de promoción se debe actualizar la información referente a los presupuestos y proformas de cada uno de los medios.

REFERENCIAS

1. Avedaño, C. (20 de marzo de 2013). *Marketing Educativo Online*. Obtenido de <http://www.conexioncentral.com/blog/2013/03/20/marketing-educativo-online/>
2. CES. (s.f.). *Ley Organica de Educación superior*. Obtenido de <http://www.ces.gob.ec/descargas/ley-organica-de-educacion-superior>
3. Checa, E. (2012). *Plan de marketing digital con base en estudio de Bechmarking*. Quito.
4. Diario El Comercio. (10 de mayo de 2016). *La Universidad Católica es la mejor en investigación del Ecuador, según Nature*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/universidadcatolica-ecuador-investigacion-revistanature-educacion.html>
5. Kotlet, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Editorial Pearson.
6. Pachay Sana. (2016). *Ibicio*. Obtenido de <http://www.pachaysana.org/#!/inicio/cmh3>
7. PUCE. (2016). *Estación Científica Yasuní*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/portal/content/Estaci%C3%B3n%20Cient%C3%ADfica%20Yasun%C3%AD/472>
8. Ramírez, R. (2013). *Tercera ola de transformación de educación superior en el Ecuador*. Obtenido de Secretaria Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación: http://www.sciencespo.fr/opalc/sites/sciencespo.fr.opalc/files/Tercera_ola_de_transformacion_de_la_educacion_superior_en_Ecuador3.pdf
9. UDLA. (2016). *Centro de Investigación*. Obtenido de Universidad de las Américas.: <http://www.udla.edu.ec/investigaciones/>
10. UDLA. (2016). *Estudiantes Internacionales*. Obtenido de Universidad de las Américas: <http://www.udla.edu.ec/estudiantes-extranjeros/>
11. UDLA. (2016). *Intercambio Estudiantes UDLA*. Obtenido de Universidad de las Américas: <http://www.udla.edu.ec/intercambio-estudiantes-udla/>
12. UDLA. (2016). *Programas Internacionales*. Obtenido de Universidad de las Américas: <http://www.udla.edu.ec/sobre-nosotros/>

13. UISEK. (2016). *Respaldo Internacional*. Obtenido de UISEK Ecuador: <https://www.uisek.edu.ec/es/uisek/nosotros/respaldo-internacional>
14. USFQ. (2016). *Customized Programs*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/customized_programs.aspx
15. USFQ. (2016). *Info Estudiantes*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/estudiantes_nacionales/Paginas/estudiantes_nacionales.aspx#demoTab2
16. USFQ. (2016). *Info International Students*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/exchange_students/Paginas/english.aspx
17. USFQ. (2016). *Inicio*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: <http://www.usfq.edu.ec/Paginas/Inicio.aspx>
18. USFQ. (2016). *LoERI*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/the_latitude_zero.aspx
19. USFQ. (2016). *Summer Internship Program*. Obtenido de Universidad San Francisco de Quito: http://www.usfq.edu.ec/programas_internacionales/Paginas/summer_internship_program.aspx
20. Wikipedia. (09 de Agosto de 2016). *Mailchimp*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Mailchimp>
21. Wikipedia. (2016). *Quito*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Quito>

ANEXOS

Anexo 1:

Entrevista Expertos

(Ver archivo digital de audio adjunto en CD)

Anexo 2:

Entrevistas Estudiantes

(Ver archivo digital de audio adjunto en CD)

Anexo 3:

Focus Group

(Ver archivo digital de video adjunto en CD)

Anexo 4: Estudiantes cursos abiertos Ecuador

SEMESTRE	PLAN_ESTUDIOS	CEDULA	NOMBRE_ESTUDIANTE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	04778371	ALBAADANI MOHAMMED ABDULWALI AHMED
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	C7Z236PHY	EDLING JONATHAN TASSILO
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	C7LYR5267	IWANOWICZ SARAH MARLEEN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	CGN57018V	KELLER TRISTAN MARTYN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	C1TL4H8CM	RICHTER FRIEDERIKE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	C88RX1W3Z	STEUDT WOLF ROBIN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	NV9LJF4R1	BULS RENATE ANDREA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	N7194559	JONES PAUL EDGAR
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	X1265575	YAZICI SIBEL
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	MC2742750	BARYSEVICH YAUHENI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1757159429	BORISOVA ANASTASIYA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	MC2757482	RYBAK VERANIKA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	SB098984	CESAR BECK BRUNA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	DB024678	DAMASCENO REIS MANOEL
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	GC557576	OSINCHUK REVAE JACINDA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756594469	KANG YAN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	S90461002	LIANG JUNQIAN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1757081565	LIJUAN LIU
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1755437520	LIU ZHENYU
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1721274411	LU XIANXIN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1721274437	LU XIANYIN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756842371	RUILIN CHEN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	E30728989	SONG CHEN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756835219	WU CHAO
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756766265	WU YAN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	P01712505	XINGHU CHEN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1753396918	XU HONG
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	DE0021718	YANG RUI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756382543	ZHANG YUEYI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	A16889675	FARAG ABDELRAHMAN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	D00023228	HASSAN OMER
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1004466098	AMIT AVRAHAM RAMI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	423203679	BOONE LISA MARIE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756637656	BUSTLE WAYNE WILEY
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1755049358	HAIK CHRISTOPHER BARRETT
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	445355519	MC COY ROBERT DAVID
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	429731591	MIN CHRISTINE HEE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1757169097	MIN YONG KI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	463887561	NAM YOUNG-HUM
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1728390400	WACKER THEODORE EDWIN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	484107782	WAR DALE ROSLYN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	10CY29831	GUNGOR OSMAN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1757154370	LAURENDEAU AURORE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	12AT99974	MAYS FRANCK
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	07AL23938	POWICHROWSKI LARISSA

SEMESTRE	PLAN_ESTUDIOS	CEDULA	NOMBRE_ESTUDIANTE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	518023719	PRATT ELIZABETH JANE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	13CD07754	THOMAS FRANCOISE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	E100748	WABLU ISABELLA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	PX3151848	JUSTIN TATCHIANA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	PX3347719	LAZARRE GERLINDA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	NNR5PD181	SLANGENBERG ROLAND
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M77035025	BAE SOONHO
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1757186133	THOMAS JULIN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	B1823024	YELINA MARIA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	B25396386	AGHA MOHAMMADI ALI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	J23304584	AKBARI MASOUD
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	X29691516	FOTOUHIPOUR ALIREZA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	Z32140870	FOTOUHIPOUR SOMAYEH
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	R33751301	JANATI MANZARI MOHSEN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	Y26557347	KESHAVARZ MORTEZA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	R33775293	MISAGHIAN TINA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M80176817	BAE MUNWOO
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756283147	CHANG SANG HYUN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M59005437	KIM KYUNGHEE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M74609229	LEE JINWOO
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M84254995	PARK JUN KYU
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M27266795	YOO CHEOLYOUNG
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	EA3437391	WUDNIAK BARTOSZ
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	EJ8481181	WUDNIAK KAROLINA DARIA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	736046109	BUKHANOVA ELENA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	530488065	KHAYRETDINOVA ANNA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1755462692	NIKONOVA ELENA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756881676	PANTELEEVA SVETLANA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	715994525	KLIMENKO MAXIM
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	718418105	ZAPUTRYAE MIKHAIL
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M78082480	GIM JOON YOUNG
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M43122534	JEON YUN-AE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M05010018	KIM MINJEI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M04674925	LEE KANGMIN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M55654169	MOON BOKEON
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M51204717	PARK HANCHUL
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	M90407317	YISUN YOO
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	U09542165	KAYSADU SEYFULLAH
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	U11298284	KORUCU OMER SAKIP
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	U09564443	KURT FERDI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	EB6872107	NAWROCKA SONIA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1756893077	SHEPEL KATERYNA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	1755198890	TKACHOVA YULIIA
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	B7429662	CAO THI THUAN
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	B5202073	TRINH THI DUONG
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	04458351	AL-MAAMARI ALYA FAOZI
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	04458352	AL-MAAMARI FATIMA

SEMESTRE	PLAN_ESTUDIOS	CEDULA	NOMBRE_ESTUDIANTE
2015-02	CURSOS ABIERTOS DE IDIOMAS	04458353	MOHAMMED ALI EMAN
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	493279307	Cooke Eleanor
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	494242268	Howie Olivia
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	506864039	Kawar Chance
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	524514697	Lagomasino Alessandra María
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	463970096	Mc Cants Finn Miller
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	489896646	Mena Alexandra Cristina
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	535760354	Ray Angela
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	510294519	Stein Jessa Deanna
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	502957702	Sullivan Shannon
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	493327705	Szeliga Aliceanne
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	M10937149	Hyeji Yoon
2015-02	ESTUDIANTES DE CONVENIO	M38342596	Jungho Kim

Anexo 5: Encuesta estudiantes de intercambio**SURVEY**

This survey has academic purposes and pretend to know more about the exchange students experience at “Pontificia Universidad Católica del Ecuador”

1. Nationality

American

European

Asian

African

Oceanic

2. Gender

Male

Female

3. Did you have any linguistic preparation (before and/or during your academic exchange)?

Yes, before

Yes, during

Yes , before and during

No

4. Spanish level before your academic exchange

Basic

Intermediate

Advanced

5. Why did you choose PUCE?

The country

The language

The University prestige

The city and its surroundings

Number of students and careers at PUCE

University exchange program proposal

Exchange coordinator

The subjects that the university provide

Friends studying at the same University

Culture

Cost of life

Referrals

Others

Among the choices of Universities, Puce listed as:

First option

Second option

Third option

others

Ecuador ¿Did you knew before?

Yes

No. How?

8. Is it possible to obtain information about PUCE in your university?

Yes

No

I do not know

9. What was the most influential factor to choose PUCE as you final decision?

The information offered at your University of Origin

The information offered by PUCE

- The exchange coordinator opinion from your University
- The opinion from your professors
- Other students who had applied to this academic exchange
- Your family and friends
- My own perception

8. Evaluation of different aspects - services at PUCE

On a scale from 1 to 4: "1": bad and "4": excellent

- Quality in classes
- Knowledge of teachers
- Learning
- Teachers method
- International relations department
- Student environment
- Padrino programs
- Induction programs
- Academic counseling

What do you think about the general level of PUCE?

- It is less than my university
- It is superior to my university
- Both show similar levels

10. In your opinion, how accessible is the cost of study at PUCE?

- Extremely accessible
- Very accessible
- Moderately accessible
- Not accessible

What tools or websites do you use to obtain information about PUCE?

- Google
- PUCE website

Facebook

Instagram

Twitter

Would you recommend to other students to apply to PUCE?

Yes

No

Encuesta

1. Nacionalidad

2. Género

3. ¿Cuáles han sido tus principales motivaciones para elegir la PUCE??

4. **¿Valoración de diferentes aspectos/servicios de la estancia en la PUC?**

Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
------	---------	-------	--------------

1.	Calidad de las clases				
2.	Conocimientos de los profesores				
3.	Aprendizaje recibido				
4.	Método de enseñanza utilizado				
5.	Actos de bienvenida				
6.	Relación con otros estudiantes				
7.	Acogida				
8.	Orientación académica				



Encuesta

5. Piensas que el nivel internacional de la PUCE es:

- ☐ Es inferior a las de mi Universidades de tu país
- ☐ Es superior a las de mi Universidades de tu país
- ☐ Las universidades de tu país muestran niveles semejantes (iguales)

6. En tu opinión, ¿qué tan accesible es el costo de estudiar en la PUCE?

- ☐ Extremadamente accesible
- ☐ Muy accesible
- ☐ Regular
- ☐ Poco accesible
- ☐ Nada accesible

7. ¿Tenías otra opción a parte de estudiar en la PUCE?

- ☐ No
- ☐ Si, ¿Cuál? _____

8. ¿Es posible obtener información sobre la PUCE en tu país de Origen??

SI ☐ NO ☐

9. ¿Recomendarías a otros estudiantes extranjeros a estudiar en la PUCE?

SI ☐ NO ☐

10. ¿Qué herramientas o sitios web utilizaron para obtener información sobre la PUCE?

- ☐ Google
- ☐ Página Web de la PUCE
- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Twitter
- ☐ Otros _____

Muchas gracias por su colaboración

Anexo 7: UDLA Convenios

Carrera	Universidades	País	Sitio Web de la Carrera
Arquitectura	New School of Architecture	EEUU	http://www.newschoollarch.edu/programs/undergraduate-programs.htm
	Santa Fe University	EEUU	http://www.santafeuniversity.edu/ProgramsOfStudy/Programs.aspx
	UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/arquitetura-e-urbanismo
	PG	Brasil	http://www.faculdadeguararapes.edu.br/
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/arquitetura-e-urbanismo/
	UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=43 http://portal.unp.br/cursos-det?course=189
	UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C033&c=C033C&uc=C033UC&d=C033D&s=C033SC&e=C033E&z=P_033&dest=P_033&cc=C033CC&co=C033CO&bg=C033BG&i=C033I&info=C033D
	UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/arquitetura/
	(Maestria)	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/pos/mestrado_arquitetura_urbanismo/
	UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/arquitetura/arquitetura.shtml
	(Maestria)	Chile	http://postgrados.uvm.cl/?p=81
	UNAB	Chile	http://campuscreativo.cl/carreras/arquitetura/
	UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/arquitetura+D790
	UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/facultad-arquitetura-diseno.aspx http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-arquitetura-y-gerencia-de-proyectos.aspx http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-arquitetura-y-urbanismo.aspx
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-arquitetura/arquitetura
	UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/arquitetura/index.asp?sitio=#.UnK5rflLP6Y
	UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/ingenierias/arquitetura/
	Universidad Interamericana	Panamá	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-arquitetura-comunicacion-y-diseno/lic-en-arquitetura/
	UEM (CSE)	España (Licenciaturas y Maestrias)	http://proy3cta.universidadeuropea.es/es/programas http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-arquitetura-y-edificacion http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-arquitetura-y-edificacion
	Universidad Europea Canarias	España	http://www.liv.ac.uk/architecture/
	University of Liverpool	Inglaterra	http://www.domusacademy.com/site/home/area-of-study/architecture.html
	Domus Academy	Italia (Maestria)	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-architecture/architecture/
	Istanbul Bilgi University	Turquía	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-architecture/architecture/
	XJTLU	China	http://www.xjtlu.edu.cn/en/academic-departments/academic-departments/departments-of-architecture.html
Arquitectura Interior	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-design-de-interiores/
	UNIRITTER	Brasil (Maestria)	http://www.uniritter.edu.br/pos/arquitetura_design/arquitetura_interiores/
	CIBERTEC	Perú	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=10505
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-diseno/diseno-de-interiores
	ITN	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-diseno-comunicaciones/carreras/diseno-interiores.asp
	UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-arquitetura-y-diseno-de-interiores.aspx
	ULACIT	Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ingenieria/lic-diseno-de-interiores/
	SEMO (en revisión)	EEUU	http://www.semo.edu/study/pre-architecture.html
	New School of Architecture	EEUU	http://www.newschoollarch.edu/programs/undergraduate-programs.htm
	Domus Academy	Italia (Maestria)	http://www.domusacademy.com/site/home/master-programs/interior-living-design/intro.html
	NABA	Italia (Maestria)	http://www.italian-design-academy.com/site/en/home/programs/postgraduate-programs/design---specialization-in-interior-design.html
	Istanbul Bilgi University	Turquía	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-architecture/interior-design/
	INTI	Malasia	http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/art-design/diploma-in-interior-design
	Pearl Academy of Fashion	India	http://pearlacademy.com/ba-honours-courses/interior-architecture-and-design/
		(Maestria)	http://pearlacademy.com/postgraduate-diploma-programmes/interior-design-and-styling/
Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales	UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/relacoes-internacionais
	IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/relacoes-internacionais/
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/relacoes-internacionais/
	UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=27
	UNIRITTER	Brasil (Maestria)	http://www.uniritter.edu.br/pos/comunicacao/comunicacao_globalizacao/
	UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-ingenieria-industrial.aspx
	SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COLA_PoliticalScienceBA_FINAL.pdf http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COLA_PoliticalScienceBS_FINAL.pdf
	UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/relaciones-internacionales/Index.asp?sitio=#.UpVSNUo6t8

UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/relaciones-int/
ULACIT	Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/derecho-y-ciencias-politicas/lic-derecho-y-ciencias-politicas/
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/175/dep/165/program_id/107 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/175/dep/166/program_id/21 http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/master-universitario-en-politica-exterior-y-diplomacia
IEDE	España (Maestría)	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-relaciones-internacionales
UEM	España	http://www.roehampton.ac.uk/social-sciences/
University of Roehampton	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/politics/
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/political-science/
Istanbul Bilgi University	Turquía (Maestría)	http://irma.bilgi.edu.tr/ http://polsphd.bilgi.edu.tr/home.html
Cine		
Anhembi Morumbi	Brasil (Maestría) (Maestría Crítico de Cine)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/cinema-e-audiovisual/ http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/cinema-video-e-fotografia-criacao-em-multimeios/
UnP	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/critica-de-cinema/ http://portal.unp.br/cursos-det?course=61 http://www.uvm.cl/carreras/cine_comunicacion_audiovisual/cine_comunicacion_audiovisual.shtml
UVM	Chile	http://www.santafeuniversity.edu/ProgramsOfStudy/The-Film-School.aspx
Santa Fe University	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COLA_MassMedia_TVfilm_FINAL.pdf
SEMO	EEUU	http://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/honours-select/film-studies/
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/film/index.html
University of Roehampton	Inglaterra (Maestría)	http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/accessibility-and-filmmaking/ http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/Film-and-Screen-Cultures/ http://www.italian-design-academy.com/site/en/home/programs/postgraduate-programs/film-and-new-media.html
NABA	Italia (Maestría)	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-communication/film-and-television/
Istanbul Bilgi University	Turquía (Maestría)	http://ftvma.bilgi.edu.tr/en/AbouttheProgram/#m=AbouttheProgram
Comunicación Corporativa		
Anhembi Morumbi	Brasil (Licenciatura) (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-gestao-de-processos-gerenciais/
UnP	Brasil (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/comunicacao-corporativa/
UNIRITTER	Brasil (Maestría)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=387
AIEP	Chile	http://www.uniritter.edu.br/pos/comunicacao/comunicacao_empresarial/
UNIDEP (Licenciatura en Comunicación e Imagen Pública)	México	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-10-20/Relaciones_Psic3%babilas_Corporativas.aspx
UVM	Chile	http://unidep.mx/index.php/licenciatura-en-comunicacion-e-imagen-publica http://www.uvm.cl/carreras/relaciones_publicas/relaciones_publicas.shtml
UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-comunicacion-corporativa.aspx http://www.upnorte.edu.pe/brochures/comunicaciones/comunicacion-corporativa.pdf
UPC (Comunicación e imagen corporativa)	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-comunicaciones/comunicacion-e-imagen-empresarial http://postgrado.upc.edu.pe/maestria-internacional-en-direccion-de-comunicacion-empresarial-dircom
Walden University	EEUU	http://www.waldenu.edu/bachelors/bs-in-business-communication
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COLA_CorpComm_FINAL.pdf
BITS	Alemania (Maestría)	http://www.bits-hochschule.de/de/studium/masterstudiengaenge/pr-unternehmenskommunikation-ma/
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/12
Ecole Centrale d'Electronique	Francia	http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/mineures-professionnelles/metiers-du-conseil/
Istanbul Bilgi University	Turquía	http://prcc.bilgi.edu.tr/homepage/
Derecho		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/direito
FADERGS	Brasil (Licenciatura) (Maestría) Múltiples carreras	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/direito/conteudo/direito-47.html http://www.fadergs.edu.br/fadergs/sites/pos-graduacao/conteudo/cursos-de-pos-322.html
FG	Brasil (Licenciatura) (Maestría Derecho Penal y Criminología) (Maestría Derecho Empresarial)	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=37 http://www.fadadeguarapes.edu.br/site/index.php?i=56 http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=102

	(Maestría Derecho y Proceso de Trabajo	http://www.uniguararapes.com.br/site/index.php?i=199
FPB	Brasil	http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-direito
	(Maestría Derecho Administrativo y Gestión Pública)	http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-pos-graduacao/mainmenu-direito-adm-gest-pub
Anhembi Morumbi UnP	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/direito/
	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=65
	(Maestrías Escuela de Derecho)	http://portal.unp.br/cursos-posgraduacao
UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C016&c=C016C&uc=C016UC&d=C016D&s=C016SC&e=C016E&z=P_016&dest=P_016&cc=C016CC&co=C016CO&bg=C016BG&i=C016I&info=C016I
UNIRITTER	(Maestrías Derecho)	http://www.posgraduacao.unifacs.br/
	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/direito/poa/
	(Maestrías Derecho)	http://www.uniritter.edu.br/pos/
UDLA Chile	Chile	http://www.derecho-udla.cl/departamento-de-derecho-penal
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/derecho/carreras/
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/derecho/derecho.shtml
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-derecho/derecho
	(Maestría)	http://postgrado.upc.edu.pe/maestría-en-derecho-de-empresa
		http://postgrado.upc.edu.pe/maestría-en-derecho-de-la-minería
UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/facultad-derecho-y-ciencias-politicas.aspx
UNIDEP	México	http://unidep.mx/index.php/licenciatura-en-derecho
UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/derecho/index.asp?sitio=#.UpVSMDOu06t8
UAM	Costa Rica	http://www.uam.ac.cr/caderechob.html
CEUTEC	Honduras	http://www.unitec.edu/ceutec/carreras/licenciaturas/derecho/
UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/abogado/
	(Maestría)	http://www.unitec.edu/academicos/carreras-postgrado/maestría-en-derecho-empresarial/
		http://www.uip.edu.pa/index.php/maestrías-y-postgrados/maestrías/maestría-en-derecho-comercial/
Universidad Interamericana	Panamá (Maestrías)	http://www.uip.edu.pa/index.php/maestrías-y-postgrados/maestrías/maestría-en-derecho-procesal/
		http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/derecho-y-ciencias-politicas/lic-derecho-y-ciencias-politicas/
ULACIT	Panamá	http://www.uic.ac.ma/licences/droit-des-affaires
UC	Maruecos	http://www.uic.ac.ma/licences/droit-des-affaires
IEDE	España (Maestría)	http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/curso-de-experto-en-derecho-concursal
		http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/master-en-derecho-empresarial-y-fiscalidad
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-juridica
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/law/undergraduate/
		http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/associate-degree-programs/law-associate-degree-program/
Istanbul Bilgi University	Turquía	http://hukukyl.bilgi.edu.tr/en/
	(Maestría)	http://kamuhukukdoktora.bilgi.edu.tr/en?m=1
HIEU	China	http://www.hunaneu.com/8100988/english/Department%20of%20Law.htm
INTI	Malasia	http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/law
Diseño Gráfico e Industrial		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/design
		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/design-grafico-com-enfase-em-tipografia/
Anhembi Morumbi UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=58
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/design/grafico/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-diseno.aspx
UNAB	Chile	http://campuscreativo.cl/carreras/diseño-gráfico/
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/diseño/diseño_plan.shtml
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/diseño-gráfico
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/Diseño%3%b1o_Gr%3%a1fico.aspx
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-diseño/diseño-profesional-gráfico
CIBERTEC	Perú	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=4590
ITN	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-diseno-comunicaciones/carreras/diseño-gráfico.asp
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-diseño/diseño-profesional-gráfico
Santa Fe University	EEUU	http://www.santafeuniversity.edu/ProgramsOfStudy/Design.aspx
New School of Arts and Design	EEUU	http://digitalmediaartsdegree.com/dma-program/
UNIDEP	México	http://unidep.mx/index.php/licenciatura-en-diseño-gráfico-y-multimedia
UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/diseño-industrial/index.asp?sitio=#.UpVSHDU06t8
Media Design School	Nueva Zelandia	http://www.mediadesignschool.com/courses/design/bachelor-of-media-design/
	(Maestría)	http://www.mediadesignschool.com/courses/design/grad-graphic-design/
UAM	Costa Rica	http://www.uam.ac.cr/categraf.html
CEUTEC	Honduras	http://www.unitec.edu/ceutec/carreras/licenciaturas/disenografico/
UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/diseño-gráfico/

ULACIT	Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-almunos/oferta-academica/licenciatura/ingenieria/lic-diseño-grafico/
RPI	Arabia Saudita	http://www.rpi.edu.sa/en/DiplomaDetails.aspx?ProgramID=266
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/174/dep/163/program_id/27
UEM	España (Licenciaturas y Maestrías)	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-arte-y-diseño
University of Liverpool	Inglaterra (ver Industrial Design)	http://www.liv.ac.uk/engineering/undergraduate/undergraduate-courses/
Domus Academy	Italy (Maestría)	http://www.domusacademy.com/site/home/area-of-study/business-design.html http://www.domusacademy.com/site/home/master-programs/visual-brand-design.html http://www.italian-design-academy.com/site/en/home/programs/ba-programs/graphic-design-and-art-direction.html
NABA	Italy (Maestría)	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-architecture/industrial-design/
Istanbul Bilgi University	Turquia	http://www.hunaneu.com/8100988/english/Department%20of%20Arts%20Designing.htm
HIEU	China	http://newintu.edu.my/main/academic_programmes/art-design/diploma-in-graphic-design
INTI	Malasia	
Economía		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/ciencias-economicas
FADERGS	Brasil	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/ciencias-economicas/conteudo/ciencias-economicas-55.html http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANG&t=C018&c=C018C&uC=C018U&d=C018D&s=C018SC&e=C018E&z=P_018&dest=P_018&c=C018CC&co=C018CO&bg=C018BG&i=C018I&inf=C018D
UNIFACS	Brasil	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-economia/economia-y-finanzas
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-economia/economia-y-finanzas
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_Econ_FINAL.pdf
UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/economia/index.asp?sitio=#_UpVRezUo6t8
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/161/program_id/3 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/161/program_id/86 http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
UEM	España	
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/
University of Roehampton	Inglaterra	http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management-economics/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-economics/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/economics/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/economics-and-finance-honors/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/economics-and-management-honors/
Istanbul Bilgi University	Turquia	
	(Maestría)	http://gradecon.bilgi.edu.tr/
XJTU	China	http://academic.xjtu.edu.cn/ibss/programmes
Educación Inicial		
Bilingüe con mención en Gestión y Administración de Centros Infantiles		
FG	Brasil	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=43
Anhembi Morumbi	Brasil (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/master-em-gestao-escolar-administracao-e-supervisao/
UNIRITTER	Brasil (Maestría)	http://www.uniritter.edu.br/pos/educacao/lingua_inglesa/
IEDE	Chile	http://www.iede.cl/?p=2849
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/the/carreras/escuela-de-pedagogia-en-ingles/ http://www.postgradounab.cl/programa/magister-en-direccion-y-liderazgo-para-la-gestion-educacional-inscrito-en-cpeip?sel_tipo_programa=9&sel_area=4
UDLA Chile	(Maestría)	
UVM	Chile	http://www.educacion.udla.cl/escuela-pedagogia-ingles-educacion-udla
	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/pedagogia_ingles/pedagogia_ingles.shtml
	(Post+C204ítulo)	http://postgrados.uvm.cl/?p=194
Kendall College	EEUU	http://education.kendall.edu/
UNIDEP	México	http://unidep.mx/index.php/licenciatura-en-ensenanza-del-idioma-ingles
UAM	Costa Rica	http://www.uam.ac.cr/camaeadi.html
European University Cyprus	Chipre (Maestría)	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/174/dep/164/program_id/31
University of Roehampton	Inglaterra (Maestría)	http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/education-leadership-and-management/index.html
Enfermería		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/enfermagem
FADERGS	Brasil	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/enfermagem/conteudo/enfermagem-1443.html
FG	Brasil	http://www.faculadegarapes.com.br/site/index.php?i=76

	(Maestría Enfermería de Trabajo)	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=402 http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-enfermagem
FPB	Brasil	
IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/enfermagem/
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/enfermagem/
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=10 http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C154&c=C154C&uc=C154UC&d=C154D&s=C154SC&e=C154E&z=P_154&dest=P_154&cc=C154CC&co=C154CO&bg=C154BG&i=C154I&info=C154I http://www.posgraduacao.unifacs.br/archives/especializacao/especializacao-em-urgencia-e-emergencia-em-enfermagem
UNIFACS	Brasil	
	(Maestría)	
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/enfermagem/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-salud.aspx
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/enfermeria/
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/facultad-ciencias-salud
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/enfermeria/enfermeria.shtml
UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-enfermeria.aspx
Walden University	EEUU	http://www.waldenu.edu/programs/study-area/nursing
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HHS_BSN_Nursing_FINAL.pdf
UNIDEP	México	http://unidep.mx/index.php/enfermeria/
UVM		http://www.uvmnet.edu/licenciatura/enfermeria/index.asp?sitio=
Universidat Latina	Costa Rica	http://www.ulacit.ac.cr/category/carreras/ciencias-de-la-salud/enfermeria http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-de-la-salud/lit-enfermeria/
ULACIT	Panamá	
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/168/program_id/39
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-enfermeria
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/health-sciences/undergraduate/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/schools/school-of-health-sciences/nursing/
Istanbul Bilgi University	Turquia	
Fisioterapia		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/fisioterapia
FADERGS	Brasil	http://www.fadersg.edu.br/fadersg/cursos/fisioterapia/conteudo/fisioterapia-2324.html
FG	Brasil	http://www.fadadeguarapes.edu.br/site/index.php?i=45
IBMR	Brasil (Licenciatura)	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/fisioterapia/
	(Maestría)	http://www.ibmr.br/cursos/pos-graduacao/pos-fisioterapia-traumatologia-ortopedia/
	(Maestría Neurociencia de Rehabilitación)	
	Física)	http://www.ibmr.br/cursos/pos-graduacao/neurociencias-da-reabilitacao/#/sobre-o-curso
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/fisioterapia/
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=13 http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C155&c=C155C&uc=C155UC&d=C155D&s=C155SC&e=C155E&z=P_155&dest=P_155&cc=C155CC&co=C155CO&bg=C155BG&i=C155I&info=C155I http://www.posgraduacao.unifacs.br/archives/especializacao/especializacao-em-fisioterapia-dermato-funcional
UNIFACS	Brasil	
	(Maestría)	
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/fisioterapia/
UVM (Terapia Ocupacional)	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/terapia_ocupacional/terapia_ocupacional.shtml
UNAB (Terapia Ocupacional)	Chile	http://www.unab.cl/admision/terapia-ocupacional.aspx
UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/fisioterapia/index.asp?sitio=#.UpVQLzUo6t8
UAM (Terapia Física)	Costa Rica	http://www.uam.ac.cr/caterapiab.html
UPC (Terapia Física)	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ciencias-de-la-salud/terapia-fisica
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/168/program_id/38 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/168/program_id/39
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-deporte http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-fisioterapia
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/health-sciences/undergraduate/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/schools/school-of-health-sciences/physiotherapy-and-rehabilitation/
Istanbul Bilgi University	Turquia	
INTI	Malasia	http://hewinti.edu.my/main/academic_programmes/health-sciences/bsc-hons-physiotherapy
Gastronomia		
FG	Brasil	http://www.fadadeguarapes.edu.br/site/index.php?i=79
	(Maestría en Gastronomía Brasileña)	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=100
	(Maestría en Confitaría y Panadería)	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=410 http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-cst-gastronomia
FPB	Brasil	

	(Maestría)	http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-pos-graduacao/alta-gastronomia
IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/gastronomia/
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-gastronomia/
	(Maestría en Confitaría y Panadería)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/confeitaria-e-panificacao/
UnP	(Maestría Gastronomía)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/gastronomia/
	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=68
	(Maestría Escola de Hospitalidade)	http://portal.unp.br/cursos-posgraduacao
UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGT&t=C631&c=C631C&uc=C631UC&d=C631D&s=C631SC&e=C631E&z=P_631&dest=P_631&cc=C631CC&co=C631CO&bg=C631BG&i=C631I&info=G631DES
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/11-09-14/Gastronom%C3%ada_Internacional.aspx
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/licenciatura-artes-culinarias-negocios-gastronomicos
Kendall College	EEUU	http://culinary.kendall.edu/
		http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-gastronomia-hoteleria-y-turismo-2/lic-internacional-en-artes-culinarias/
Universidad Interamericana RACA	Panamá	http://www.raca-lesroches.edu.jo/public/English.aspx?Lang=3&Page_ID=586&Menu_ID=15
	Jordania	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/schools/school-of-tourism-and-hotel-management/gastronomy-and-culinary-arts/
Istanbul Bilgi University	Turquia	http://newintli.edu.my/main/academic_programmes/hospitality/diploma-in-culinary-arts-subang-campus
INTI	Malasia	
Ingeniería en Marketing		
BSP (MBA)	Brasil	http://portal.bsp.edu.br/en/programs/specialized-mbas/mba-em-gestao-empresarial-e-financas/processo-de-admissao
		http://portal.bsp.edu.br/en/programs/specialized-mbas/mba-em-gestao-empresarial-e-financas/processo-de-admissao
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/marketing
FADERGS	Brasil	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/marketing/conteudo/marketing-1293.html
FG	Brasil	http://www.faculadeguararapes.edu.br/site/index.php?i=39
	(Maestría)	http://www.uniguararapes.com.br/site/index.php?i=61
FPB	Brasil	http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-marketing
IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/marketing/
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-marketing/
		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/master-em-marketing-e-gestao-comercial/
	(Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/mba-em-marketing-e-vendas/
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=33
		http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C140&c=C140C&uc=C140UC&d=C140D&s=C140SC&e=C140E&z=P_140&dest=P_140&cc=C140CC&co=C140CO&bg=C140BG&i=C140I&info=C140D
UNIFACS	Brasil	http://www.cedepe.com.br/site/mba-executivo/gestao-mkte-vendas.php
CEPEDE	Brasil (Maestría)	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/tecnologia_marketing_canoas/
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/pos/negocios/master_marketing/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-negocios.aspx
IEDE	Chile	http://www.iede.cl/?cat=47
	(Maestría)	http://www.iede.cl/?p=129
ITN	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-gestion/carreras/marketing.asp
UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-administracion-y-marketing.asp
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-negocios/administracion-y-marketing
	(Maestría)	http://postgrado.upc.edu.pe/maestría-en-direccion-de-marketing-y-gestion-comercial
CIBERTEC	Perú	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=3175
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_MkrtIntMkt_FINAL.pdf
		http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_MkrtMgmt_FINAL.pdf
		http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_MkrtSalesMgmt_FINAL.pdf
National Hispanic University	EEUU	http://www.nhu.edu/academic_departments/business/index.htm
	Panamá (Maestría)	http://ulacit.ac.pa/index.php/maestrias/maestría-en-mercadeo/
UIC	Manuecos	http://www.uic.ac.ma/licences/management-marketing-ventes
	Alemania (Maestría en	http://www.bits-hochschule.de/de/studium/masterstudiengaenge/marketing-management-ma/
BITS	Alemania)	
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/90
		http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/master-oficial-en-marketing-y-comunicacion
IEDE	España (Maestría)	
		http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-marketing-y-direccion-comercial

Ingeniería Agroindustrial y de Alimentos	Universidad Europea Canarias	España	http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-marketing-y-direccion-comercial
	Ecole Centrale d'Electronique	Francia	http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/mineures-professionnelles/marketing-technologique/
	Ecole Supérieure du Commerce Extérieur	Francia (Maestría)	http://www.esce.fr/
	University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/
	University of Roehampton	Inglaterra	http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management-and-retail-marketing/index.html
			http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/marketing/index.html
			http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/marketing-and-multimedia/index.html
		(Maestría)	http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/marketing/index.html
	Istanbul Bilgi University	Turquia	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/marketing/
	HIEU	China	http://www.hunaneu.com/8100988/english/Commercial%20College.htm
	XJTLU	China	http://academic.xjtlu.edu.cn/lbss/programmes
	INTI	Malasia	http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/business
			http://www.stamford.edu/Programs/Major/BBA-InternationalBusinessAdministration/InternationalProgram
	Stamford International University	Tailandia (Maestría)	http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/MBA-MarketingManagement
	SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_Agribusiness_Agroindustry_FINAL.pdf
	UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/nutricion/index.asp?sitio=,
	FG	Brasil	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/quimico-farmaceutico-biotecnologo/index.asp?sitio=#.UI7jr1BLONA
			http://www.faculdadeguararapes.edu.br/site/index.php?i=85
	AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/T%3a9cnico%20en%20Administraci%3b3n%20de%20la%20Producci%3b3n%20Agropecuaria%20y%20Agroindustrial.aspx
Ingeniería Ambiental en Prevención y Remediación	UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/tns-agroindustria
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-negocios/administracion-y-agronegocios
	UNAB	Chile	http://www.unab.cl/admision/nutricion-y-dietetica.aspx
			http://www.unab.cl/admision/nutricion-y-dietetica.aspx
	UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/engenharia-ambiental
	FG	Brasil (Licenciatura)	http://www.faculdadeguararapes.edu.br/site/index.php?i=88
		(Maestría)	
		Desenvolvimento Sustentável y Auditoria Ambiental)	http://www.faculdadeguararapes.edu.br/site/index.php?i=110
		(Maestría Resíduos Sólidos y Sustentabilidad)	http://www.uniguararapes.com.br/site/index.php?i=407
	FPB	Brasil	http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-engenharia-ambiental
	IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/gestao-ambiental/
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/engenharia-ambiental-e-sanitaria/
	UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=44
			http://portal.unp.br/cursos-det?course=28
			http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C164&c=C164C&uc=C164UC&d=C164D&s=C164SC&e=C164E&z=P_164&dest=P_164&cc=C164CC&co=C164CO&bg=C164BG&i=C164I&info=C164D
	UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGT&t=C615&c=C615C&uc=C615UC&d=C615D&s=C615SC&e=C615E&z=P_615&dest=P_615&cc=C615CC&co=C615CO&bg=C615BG&i=C615I&info=G615DES
		(Maestrías Engenharia, TI, e Meio Ambiente)	http://www.posgraduacao.unifacs.br/
	UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/engenharia_ambiental_sanitaria/
	IEDE	Chile (Maestría)	http://www.iede.cl/?p=2825
	UDLA Chile	Chile	http://www.ingenieria-udla.cl/carreras-diurnas-ingenieria-udla
	UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/fern/pregrado/ingenieria-ambiental/
	UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/ingenieria_medio_ambiente/ingenieria_medio_ambiente.shtml
	UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-ingenieria-ambiental.aspx
	SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_EnvironmentalScience_Biology_FINAL.pdf
			http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_EnvironmentalScience_Chemistry_FINAL.pdf
			http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_EnvironmentalScience_GeoandSoils_FINAL.pdf

			http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_EnvironmentalScience_EnvironHealth_FINA_L.pdf
CSE	España (Maestría)		http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/master-universitario-en-energias-renovables
University of Liverpool	Inglaterra		http://www.liv.ac.uk/geography-and-planning/environmental-science-programmes/undergraduate/courses/
XJTLU	China		http://www.xjtlu.edu.cn/en/academic-departments/academic-departments/department-of-environmental-science.html
Ingeniería Comercial			
mención Finanzas			
BSP (MBA)	Brasil		http://portal.bsp.edu.br/en/institucional/meet-bsp
FADERGS	Brasil (Licenciatura)		http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/gestao-financeira/conteudo/gestao-financeira-1282.html
	(Maestría)		http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/mba-em-gestao-empresarial/conteudo/mba-em-gestao-empresarial-1191.html
FG	Brasil (Licenciatura)		http://www.uniguarapies.com.br/site/index.php?i=81
	(Maestría)		http://www.uniguarapies.com.br/site/index.php?i=112
FPB	Brasil		http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-cst-gestao-comercial
IBMR	Brasil (Licenciatura)		http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/gestao-comercial/
	(Gestión Financiera)		http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/gestao-financeira/
Anhembi Morumbi	Brasil		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-gestao-comercial/
	(Maestría)		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-gestao-financeira/
			http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/master-em-financas/
			http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/mba-em-gestao-empresarial-e-financas/
UnP	Brasil		http://portal.unp.br/cursos-det?course=30
UNIFACS	Brasil		http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGT&t=C620C&c=C620C&uc=C620UC&d=C620D&s=C620SC&e=C620E&z=P_620&dest=P_620&cc=C620CC&co=C620CO&bg=C620BG&i=C620I&info=G_T620DES
CEPEDE	Brasil (Maestría)		http://www.cedepe.com.br/site/mba-executivo/gestao-financeira-contabil.php
UNIRITTER	Brasil (Maestría)		http://www.uniritter.edu.br/pos/negocios/master_financas/
UNAB	Chile		http://facultades.unab.cl/economia/negocios/carreras-fen/ingenieria-comercial/
IEDE	Chile		http://www.iede.cl/?cat=46
	(Maestría)		http://www.iede.cl/?p=269
			http://www.iede.cl/?p=124
CIBERTEC	Perú		http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=6003
UPC	Perú		http://www.upc.edu.pe/facultad-de-negocios/administracion-y-finanzas
	(Maestría)		http://postgrado.upc.edu.pe/maestría-en-finanzas-corporativas
SEMO	EEUU		http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_Finance_FINAL.pdf
UNITEC	Honduras		http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/finanzas/
	(Maestría)		http://www.unitec.edu/academicos/carreras-postgrado/maestría-en-direccion-de-finanzas/
			http://ulacit.ac.pa/index.php/maestrias/maestría-en-administracion-de-empresas-con-enfasis-en-finanzas/
ULACIT	Panamá (Maestría)		
UIC	Manuecos		http://www.uic.ac.ma/licences/licence-management-finance-comptabilite
	(Maestría)		http://www.uic.ac.ma/masters/finance-internationale
RPI	Arabia Saudita		http://www.rpi.edu.sa/en/DiplomaDetails.aspx?ProgramID=268
BITS	Alemania (Maestría en		
European University Cyprus	Chipre		http://www.bits-hochschule.de/de/studium/masterstudiengaenge/finanzmanagement-msc/
			http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/161/program_id/2
UEM	España		http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
Ecole Centrale d'Electronique	Francia		http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/majeures-d-enseignement/ingenierie-financiere/
Ecole Supérieure du Commerce	Francia (Maestría)		http://www.esce.fr/
Extérieur	Inglaterra		http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/
University of Liverpool			http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management-and-accounting/index.html
University of Roehampton	Inglaterra		http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/international-finance/
Istanbul Bilgi University	Turquía		
HIEU	China		http://www.hunaneu.com/8100988/english/Commercial%20College.htm
XJTLU	China (Maestría)		http://academic.xjtlu.edu.cn/libss/programmes
INTI	Malasia		http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/business
			http://www.stamford.edu/Programs/Major/BBA-InternationalBusinessAdministration/InternationalProgram
Stamford International University	Tailandia		
Ingeniería Electrónica			
y Redes de Comunicaciones			
UNAB	Chile		http://facultades.unab.cl/ingenieria/pregrado/presentacion/
			http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/T%3a9cnico_en_Instalac%3ab3n_y_Mantenci%3ab3n_de_Red.es.aspx
AIEP	Chile		

AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-tic.aspx
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-electronica
CIBERTEC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-de-sistemas-de-informacion
UPC	Perú	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=3901
SEMO	EEUU (ver Computer)	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-electronica
UNIDEP	México	http://www.semo.edu/study/index.html#E
UAM	Costa Rica	http://unidep.mx/index.php/ingenieria-en-sistemas-computacionales
		http://www.uam.ac.cr/cateredes.html
Universidad Interamericana	Panamá	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/descripcion-ingenieria-y-sistemas/lic-en-ingenieria-electronica-y-de-comunicaciones/
European University Cyprus	Chipre (Maestría)	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/167/program_id/60
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-ingenieria
Ecole Centrale d'Electronique	Francia	http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/majeures-d-enseignement/
		http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-engineering/computer-engineering/
Istanbul Bilgi University	Turquia (Maestría)	http://ie.bilgi.edu.tr/graduate/?lang=en
Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/hotelaria
FG	Brasil (Maestría Hotelaria)	http://www.faculdadegarapes.edu.br/site/index.php?i=84
IBMR	Brasil	http://www.uniquarapes.com.br/site/index.php?i=400
Anhembi Morumbi	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/hotelaria/
		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-gestao-de-hotelaria/
		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/hotelaria/
		http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/asset-management-em-negocios-de-hospitalidade/
UnP	(Maestría)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=324
UNIRITTER	Brasil (Maestría)	http://www.uniritter.edu.br/pos/negocios/master_hotelaria/
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/hotelaria-turismo
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/economiaynegocios/carreras-fen/ingenieria-en-administracion-hoteleria-internacional/
		http://facultades.unab.cl/economiaynegocios/carreras-fen/ingenieria-en-turismo-y-hoteleria/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/Escuela-Gastronomia-Hotelaria-y-Turismo.aspx
ITN	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-gestion/carreras/administracion-servicios-turisticos.asp
Kendall College	EEUU	http://hospitality.kendall.edu/
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HHS_HospitalityMgmt_FINAL.pdf
	México (ver oferta educativa, licenciatura, división de hospitalidad)	
UVM	Honduras	http://www.uvmnet.edu/
UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/admin-turismo/
Universidad Interamericana	Panamá	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-gastronomia-hoteleria-y-turismo-2/lic-internacional-en-administracion-de-empresas-turisticas/
		http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-gastronomia-hoteleria-y-turismo-2/lic-internacional-en-administracion-de-empresas-hoteleras/
UIC	Manuecos	http://www.uic.ac.ma/licences/management-hoteller
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/89
IEDE	España	http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/master-oficial-en-direccion-y-gestion-hoteleria
Roches	España	http://www.lesroches.es/les_roches_marbella/es/es-es/home/prog-academicos/diploma-en-alta-direccion-hoteleria
		http://www.lesroches.es/les_roches_marbella/es/es-es/home/prog-academicos/titulo-universitario-admin-hoteleria-internacional-bba
		http://www.lesroches.es/les_roches_marbella/es/es-es/home/prog-academicos/titulo-univ-admin-hoteleria-emprendedores-y-gestores-de-pymes
		http://www.lesroches.es/les_roches_marbella/es/es-es/home/prog-academicos/postgrado-en-direccion-de-hotel
UEM	(Postgrado)	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-turismo
Universidad Europea Canarias	España	http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-turismo
GLION	Suiza/Inglaterra	http://www.glion.edu/glion_education/en/en-en/home/academic-programs/hospitality-management
		http://www.glion.edu/glion_education/en/en-en/home/academic-programs/graduate-degrees/mba
LRG	(Maestría)	http://www.lrguas.ch/programmes/all-programmes/
	Suiza	http://www.lesroches.edu/les_roches_bluiche/en/en-en/home/academic-programs/all-programs-overview
Roches	Suiza	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/schools/school-of-tourism-and-hotel-management/tourism-and-hotel-management/
Istanbul Bilgi University	Turquia	

	Instituto Superior de Línguas e Administração	Portugal	http://www.isal.pt/Default.aspx?tabid=535
	HIEU	China	http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
	Roches	China	http://china.lesroches.edu/trij/en/en/les-roches-jin-jiang/academic-programs/
	INTI	Malasia	http://newintl.edu.my/main/academic_programmes/hospitality
	Stamford International University	Tailandia (Maestría)	http://www.stamford.edu/Programs/Major/BBA-InternationalHotelManagement/InternationalProgram
		Australia (Licenciaturas/Maestrías)	http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/HotelAndTourismManagement
	BMHMS		http://www.bluemountains.edu.au/hospitality-courses/
Ingeniería en Biotecnología	UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/cienciasbiologicas/pregrado/carreras/ingenieria-en-biotecnologia/
	UDLA Chile		
	UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-biotecnologia
			http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/doble-grado-farmacia-biotecnologia
	XJTLU	China (Maestría)	http://academic.xjtlu.edu.cn/bio/SitePages/HomePage.aspx
Ingeniería en Negocios Internacionales	INTI	Malasia	http://newintl.edu.my/main/academic_programmes/biotechnology-life-sciences
	BSP (MBA)	Brasil	http://portal.bsp.edu.br/en/programs/specialized-mbas/mba-em-gestao-empresarial-e-financas/processo-de-admissao
	FADERGS	Brasil (Maestría)	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/mba-em-gestao-empresarial/conteudo/mba-em-gestao-empresarial-1191.html
	IBMR	Brasil (Maestría)	http://www.ibmr.br/cursos/pos-graduacao/mba-comercio-exterior-e-negocios-internacionais/
	Anhembi Morumbi	Brasil (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/comercio-internacional/
			http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/master-em-gestao-de-negocios-internacionais/
			http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/mba-em-relacoes-internacionais/
	UnP	Brasil (Maestría)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=315
	UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/relacoes_internacionais/
	UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/ingenieria_gestion_negocios/ingenieria_gestion_negocios.shtml
	ITN	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-gestion/carreras/negocios-internacionales.asp
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-economia/economia-negocios-internacionales
	National Hispanic University	EEUU	http://www.nhu.edu/academic_departments/business/bachelor-of-arts-in-business-administration-international-business.htm
	SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_InterBusiness_FINAL.pdf
	UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/administracion-de-negocios-internacionales/index.asp?sitio=#_UpVRdJJo6t8
	UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/mercadotecnia/
	Universidad Interamericana	Panamá (Maestría)	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-ciencias-administrativas/lic-en-comercio-internacional/
			http://www.uip.edu.pa/index.php/maestrias-y-postgrados/maestrias/maestría-administracion-negocios-especializacion-comercio-internacional-2/
ULACIT		Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-empresariales/lic-global-business/
			http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-empresariales/lic-negocio-internacional/
			http://www.bits-hochschule.de/de/studium/bachelorstudiengaenge/tourismus-hotel-und-eventmanagement/
	BITS	Alemania (en Alemán)	http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/master-oficial-en-comercio-y-relaciones-economicas-internacionales
	IEDE	España (Maestría)	http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/international-mba
			http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-relaciones-internacionales
	UEM	España	http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/mineures-professionnelles/international/
	Ecole Centrale d'Electronique Extérieur	Francia (Maestría)	http://www.esce.fr/
	University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/
	University of Roehampton	Inglaterra	http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/international-business/index.html
			http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/International-Business-IFC/
		(Maestría)	http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/international-management/index.html
			http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/international-management-with-finance/index.html
			http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/international-management-with-human-resource-management/index.html

			http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/international-management-with-marketing/index.html
	Istanbul Bilgi University	Turquia	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/international-relations/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/international-trade-and-business/
		(Maestría)	http://uep.bilgi.edu.tr/homepage/ http://infma.bilgi.edu.tr/homepage/
	HIEU	China	http://www.hunaneu.com/8100988/english/Commercial%20College.htm
	XJTLU	China (Maestría)	http://academic.xjtlu.edu.cn/ibss/programmes
	INTI	Malasia	http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/postgraduate-studies/master-of-international-business-mib
	Stamford International University	Tailandia	http://www.stamford.edu/Programs/Major/BBA-InternationalBusinessAdministration/InternationalProgram
		(Maestría)	http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/MBA-InternationalBusinessManagement
Ingeniería en Negocios y Marketing Deportivo			
	Anhembi Morumbi	Brasil (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/mba-em-gestao-e-marketing-de-entidades-esportivas/
	IEDE	Chile	http://www.iede.cl/?p=2976
	UDLA Chile	Chile	http://www.deporte-udla.cl/ http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/ingenier%C3%ada_de_Ejecuci%C3%b3n_en_Gest%C3%b3n_Deportiva.aspx
	AIEP	Chile	http://www.postgradounab.cl/programa/magister-en-gestion-de-la-actividad-fisica-y-deportiva/?sel_tipo_programa=9&sel_area=4
	UNAB	Chile (Maestría)	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-negocios/administracion-y-negocios-del-deporte
	UPC	Perú	http://postgrado.upc.edu.pe/master-en-gestion-de-empresas-e-instituciones-deportivas
		(Maestría)	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/mercadotecnia-deportiva-internacional/index.asp?titio=#.UmFk_PILONA
	UVM	México	http://hospitality.kendall.edu/academics/sports-management
	Kendall College	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HHS_SportMgt_FINAL.pdf
	SEMO	EEUU	http://www.bits-hochschule.de/de/studium/bachelorstudiengaenge/sport-event-management-bsc/
	BITS	Alemania (en Alemán)	http://www.bits-hochschule.de/de/studium/masterstudiengaenge/international-sport-event-management-ma/
		Maestría (en Alemán)	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/92
	European University Cyprus	Cyprus	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-deporte
	UEM	España	http://www.glon.edu/glon_education/en-en/home/academic-programs/event-sport-entertainment-management
	GLION	Suiza/Inglaterra	
Ingeniería en Producción Industrial (Ing. Ind)			
	FG	Brasil	http://www.uniquararapes.com.br/site/index.php?i=126
		(Maestría)	http://www.uniquararapes.com.br/site/index.php?i=78
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/engenharia-de-producao/
	UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/engenharia_producao/
	UNAB	Chile	http://www.unab.cl/admision/ingenieria-industrial.aspx
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-industrial
	UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-ingenieria-industrial.aspx
	UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/ingenierias/industrial-sistemas/
			http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ingenieria/lic-ing-industrial-con-enfasis-en-gestion-de-operaciones/
	ULACIT	Panamá	
Ingeniería en Sistemas de Computación e Informática			
	UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/ciencia-da-computacao http://curso.uninorte.com.br/engenharia-da-computacao http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/analise-e-desenvolvimento-de-sistemas/conteudo/analise-e-desenvolvimento-de-sistemas-1138.html
	FADERGS	Brasil	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/analise-e-desenvolvimento-de-sistemas-1138.html
	FG	Brasil	http://www.uniquararapes.com.br/site/index.php?i=40
	IBMR	Brasil	http://www.ibm.br/cursos/graduacao/presencial/analise-e-desenvolvimento-de-sistemas/
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/ciencia-da-computacao/ http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-gestao-da-tecnologia-da-informacao/
		(Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/engenharia-de-computacao/
		Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/engenharia-de-software/
	UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=51
		(Maestría)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=177

UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANG&t=C029&c=C029C&uc=C029UC&d=C029D&s=C029SC&e=C029E&z=P_029&dest=P_029&cc=C029CC&co=C029CO&bg=C029BG&i=C029I&info=C029D
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/informatica/analise/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-tic.aspx
UNAB	Chile	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/informatica/ciencia_computacao/ http://facultades.unab.cl/ingenieria/pregrado/ingenieria-en-computacion-e-informatica/
UDLA Chile	(Maestría)	http://facultades.unab.cl/ingenieria/pregrado/ingenieria-en-gestion-informatica/
CIBERTEC	Chile	http://www.ingenieria-udla.cl/carreras-diurnas-ingenieria-udla
ITN	Perú	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/er/er_interna.aspx?are=2&ptf=1&jer=3090
UPC	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-tecnologia/carreras/computacion-informatica.asp http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ciencias-de-la-computacion http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-de-sistemas-de-informacion http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-de-software http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-ingenieria-de-sistemas-computacionales.aspx
UPN	Perú	
SEMO	EEUU (ver Computer)	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_ComInfoSyst_FINAL.pdf http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_ComputerScience_FINAL.pdf http://www.nhu.edu/academic_departments/cs/bachelor-of-science-in-computer-information-systems-course-descriptions.htm
National Hispanic University	EEUU	
UAM	Costa Rica	http://www.uam.ac.cr/casistemasb.html http://www.uam.ac.cr/cateprogra.html
CEUTEC	Honduras	http://www.unitec.edu/ceutec/carreras/ingenierias/informatica/
UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/ingenierias/sistemas-computacionales/ http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/descripcion-ingenieria-y-sistemas/lic-ingenieria-en-sistemas-computacionales/
Universidad Interamericana	Panamá	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/descripcion-ingenieria-y-sistemas/lic-ingenieria-en-sistemas-computacionales/ http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/descripcion-ingenieria-y-sistemas/lic-ingenieria-en-sistemas-computacionales-con-enfasis-en-desarrollo-de-sistemas-avanzados-de-redes-y-software/
ULACIT	Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ingenieria/lic-informatica-con-enfasis-en-desarrollo-de-software/ http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ingenieria/lic-informatica-con-enfasis-en-redes-y-sistemas-telematicos/
UIC	Mauuecos	http://www.uic.ac.ma/cycle-ingenieur/genie-informatique
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/167/program_id/35 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/167/program_id/102 http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-ingenieria
UEM	España	http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/majeures-d-enseignement/
Ecole Centrale d'Electronique	Francia	
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/computer-science/undergraduate/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-arts-and-science/computer-sciences-program/ http://cebeta.engr.bilgi.edu.tr/dokucmpe/doku.php?id=en:cmpe:graduate http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Computer%20Science%20and%20Technology.htm
Istanbul Bilgi University	Turquia	
	(Maestría)	
HIEU	China	
XJTLU	China	http://academic.xjtlu.edu.cn/ibss/programmes http://www.xjtlu.edu.cn/en/academic-departments/academic-departments/department-of-computer-science-and-software-engineering http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/computing-it http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/BSc-InformationTechnology
INTI	Malasia	
Stamford International University	Tailandia	
Ingeniería en Sonido y Acústica (revisado por Coordinador)		
Anhembi Morumbi	Brasil (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/trilha-sonora-composicao-para-cinema-e-tv/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/T%c3%a9cnico_en_Sonido.aspx
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/ingenieria-sonido-acustica
Ingeniero Comercial mención Administración de Empresas		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/administracao
FADERGS	Brasil	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/administracao/contendo/administracao-43.html
FG	Brasil	http://www.fadeguarapes.edu.br/site/index.php?i=36
	(Maestría)	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=49 http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/mainmenu-administracao http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-pos-graduacao/mainmenu-executivo-gestao-negocios
FBP	Brasil	
	(Maestría)	

	(Maestría MBA en Logística Empresarial)	http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-pos-graduacao/mainmenu-logistica-empresarial
IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/administracao/
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/administracao/
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=25 http://portal.unp.br/cursos-det?course=29 http://portal.unp.br/cursos-det?course=92
	(Maestría)	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C006&c=C006C&uc=C006JC&d=C006D&s=C006SC&e=C006E&z=P_006&dest=P_006&cc=C006CC&co=C006CO&bg=C006BG&i=C006I&info=C006D
UNIFACS	Brasil	http://www.cedepe.com.br/graduacao/pages/cursos.html
CEDEPE	Brasil	http://www.cedepe.com.br/site/mba-executivo/gestao-empresarial.php
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/administracao/administracao/
	(Maestría)	http://www.uniritter.edu.br/pos/negocios/master_gestao_empresarial/
IEDE	Chile	http://www.iede.cl/?cat=50
	(Maestría)	http://www.iede.cl/?p=112
UDLA Chile	Chile	http://www.ingenieria-udla.cl/carreras-diurnas-ingenieria-udla http://www.udla.cl/carrera/ingenieria-comercial http://facultades.unab.cl/economiaynegocios/carreras-fen/ingenieria-en-administracion-de-empresas/
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/economiaynegocios/postgrados-fen/magister-en-gestion-y-direccion-de-empresas/
	(Maestría)	http://www.uvm.cl/carreras/ingenieria_comercial/ingenieria_comercial.shtml
UVM	Chile	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=3133
CIBERTEC	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-gestion/carreras/administracion.asp
ITN	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-de-gestion-empresarial
UPC	(Maestría)	http://postgrado.upc.edu.pe/mba-directivo http://postgrado.upc.edu.pe/mba-ejecutivo http://postgrado.upc.edu.pe/master-en-gerencia-y-administracion http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-administracion.aspx http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-administracion-y-gestion-comercial.aspx
UPN	Perú	http://business.kendall.edu/academics http://www.waldenu.edu/programs/study-area/business http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_BusAdmin_FINAL.pdf http://www.semo.edu/pdf/degree_map/HCOB_MgmtMgmt_FINAL.pdf
Kendall College	EEUU	http://unidep.mx/licenciatura-en-administracion-de-empresas http://www.uvmnet.edu/licenciatura/administracion-de-empresas/index.asp?sitio=#.UpvRdDUo6t8 http://www.uam.ac.cr/canegociosb.html http://www.unitec.edu/ceutec/carreras/licenciaturas/admon/ http://www.unitec.edu/academicos/licenciaturas/admin-industrial/ http://www.unitec.edu/academicos/carreras-postgrado/maestría-en-direccion-empresarial/ http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-ciencias-administrativas/lic-en-administracion-de-negocios/ http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-empresariales/lic-ingenieria-comercial/ http://www.uic.ac.ma/licences/licence-en-management-option-gestion-des-organisations http://www.uic.ac.ma/masters/management-et-entrepreneuriat http://www.bits-hochschule.de/en/studies/bachelor/business-and-management-studies/ http://www.bits-hochschule.de/de/studium/masterstudiengaenge/unternehmensfuehrung-ma/
SEMO	EEUU	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/4 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/87 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/11
UNIDEP	México	http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/masters-degree-in-business-management-mba http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
UVM	México	http://estema.universidadeuropea.es/es/programas
UAM	Costa Rica	http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
CEUTEC	Honduras	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/carreras-postgrado/maestría-en-direccion-empresarial/
	(Maestría)	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/facultad-de-ciencias-administrativas/lic-en-administracion-de-negocios/
Universidad Interamericana	Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-empresariales/lic-ingenieria-comercial/
ULACIT	Panamá	http://www.uic.ac.ma/licences/licence-en-management-option-gestion-des-organisations http://www.uic.ac.ma/masters/management-et-entrepreneuriat
UIC	Manuecos	http://www.bits-hochschule.de/en/studies/bachelor/business-and-management-studies/ http://www.bits-hochschule.de/de/studium/masterstudiengaenge/unternehmensfuehrung-ma/
BITS	Alemania (en inglés)	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/4 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/87 http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/173/dep/162/program_id/11
European University Cyprus	Chipre	http://iede.universidadeuropea.es/es/programas/masters-degree-in-business-management-mba http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
IEDE	España (Maestría)	http://estema.universidadeuropea.es/es/programas
UEM	España	http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
	España (ver carreras bajo Dirección General)	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
ESTEMA	España	http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-economia-y-finanzas-empresa
Universidad Europea Canarias	España	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
Ecole Supérieure du Commerce Extérieur	Francia (Maestría)	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
University of Roehampton	Inglaterra	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
	(Maestría)	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
Istanbul Bilgi University	Turquia	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
	(Maestría)	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
Instituto de Linguas e Administração	Portugal	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm
IEU	China	http://www.esce.fr/ http://www.liv.ac.uk/management/undergraduate/ http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/business-management/index.html http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/Business-Management-IFC/ http://www.roehampton.ac.uk/mba/index.html http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-economics-and-administrative-sciences/business-administration/ http://mba.bilgi.edu.tr/en/ http://busphd.bilgi.edu.tr/home.html http://www.isaf.pt/Default.aspx?tabid=537 http://www.hunaneu.com/8100988/english/College%20of%20Management.htm

	XJTLU	China	http://academic.xjtlu.edu.cn/lbss/programmes
	INTI	Malasia	http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/postgraduate-studies
			http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/business
	Stamford International University	Tailandia	http://www.stamford.edu/Programs/Major/BBA-InternationalBusinessAdministration/InternationalProgram
		(Maestría)	http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/BusinessAdministration
			http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/MBA-InformationTechnologyManagement
Licenciatura en Música	EMM	Chile	http://www.emoderna.cl/carreras/carreras-musica
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-artes-contemporaneas/escuela-de-musica
	SEMO	EEUU (ver Music)	http://www.semo.edu/study/index.html#E
	Santa Fe University	EEUU	http://www.santafeuniversity.edu/ProgramsOfStudy/Music.aspx
	European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/174/dep/163/program_id/30
	University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/music/undergraduate/
	University of Roehampton	Inglaterra (Maestrías)	http://www.roehampton.ac.uk/postgraduate-courses/applied-music-education/index.html
	Istanbul Bilgi University	Turquía	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-arts-and-science/music/
	HEU	China	http://www.hunaneu.com/8100988/english/Department%20of%20Music.htm
Medicina		Brasil (Maestría Ginecología, Obstetricia, Mastología)	http://www.ibmr.br/cursos/pos-graduacao/ginecologia-obstetricia-mastologia/
	IBMR	(Maestría Oncología)	http://www.ibmr.br/oncologia-e-cuidados-paliativos
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/medicina/
		(Maestrías)	http://portal.anhembi.br/area-de-ciencias-da-saude/cursos/
	UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=15
		(Maestrías Escola da Saúde)	http://portal.unp.br/cursos-posgraduacao
			http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANG&t=C165&c=C165C&uc=C165UC&d=C165D&e=C165SC&e=C165E&z=P_165&deste=P_165&cc=C165CC&co=C165CO&bg=C165BG&i=C165I&info=C165D
	UNIFACS	Brasil	
		(Maestría Saúde e Bem Estar)	http://www.posgraduacao.unifacs.br/
	UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/medicina/carreras/medicina/
	UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ciencias-de-la-salud/escuela-de-medicina
	UVM	México	http://www.uvmet.edu/licenciatura/medicina/index.asp?sitio=#.UpVQNDUo6t8
	Universidad Latina	Costa Rica	http://www.ulatina.ac.cr/category/carreras/ciencias-de-la-salud/medicina-y-cirugia
	UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/ciencias-de-la-salud/medicina-y-cirugia/
			http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-de-la-salud/dr-en-medicina/
	ULACIT	Panamá	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/2251
	European University Cyprus	Chipre	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-medicina
	UEM	España	http://www.liv.ac.uk/madrid/
	University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/ageing-and-chronic-disease/
			http://www.liv.ac.uk/translational-medicine/undergraduates/
		(Maestrías Research)	http://www.liv.ac.uk/infection-and-global-health/postgraduate/
Medicina Veterinaria y Zootecnia	UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/medicina-veterinaria
	Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/medicina-veterinaria/
		(Maestrías)	http://portal.anhembi.br/area-de-ciencias-da-saude/cursos/
	UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=391
	UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/emailmarketing/2014/Vestibular/MedicinaVeterinaria.html
	UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/medicina_veterinaria/
	UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/fern/pregrado/medicina-veterinaria/
	UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/medicina_veterinaria/medicina_veterinaria.shtml
	UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/medicina-veterinaria
			http://www.udla.cl/carrera/tecnico-nivel-superior-veterinario
	UVM	México	http://www.uvmet.edu/licenciatura/medicina-veterinaria-y-zootecnia/index.asp?sitio=#.UpVQMjUo6t8
	University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/veterinary-science/
			http://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/courses/zoology-bsc-hons/overview/
	University of Roehampton	Inglaterra	http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/zoology/index.html
Multimedia y Producción Audiovisual			

Santa Fe University (Digital Arts)	EEUU	http://www.santafeuniversity.edu/ProgramsOfStudy/DigitalArts/DegreePrograms.aspx
Anhembi Morumbi	Brasil (Maestria)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/ilustracao-infografia-e-motion-graphics/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/12-11-08/7%3a9cnico_en_Producc%3%b3n_Audiovisual.aspx
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/comunicacion-audiovisual-multimedia
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-comunicaciones/comunicacion-audiovisual-y-medios-interactivos
UVM	México	http://www.uvmnet.edu/licenciatura/ciencias-de-la-comunicacion/index.asp?sitio=#_UpZ5CTUo6t8
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-comunicacion
NABA	Italy	http://www.italian-design-academy.com/site/en/home/programs/ba-programs/media-design-and-multimedia-arts.html
	(Maestria)	http://www.italian-design-academy.com/site/en/home/programs/ba-programs/graphic-design-and-art-direction.html
Istanbul Bilgi University	Turquia	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-communication/media-and-communication-systems/
		http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-communication/visual-communication-design/
INTI	Malasia	http://hewint.edu.my/main/academic_programmes/art-design/diploma-in-interactive-multimedia-animation-design
Odontología		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/odontologia
	Chile	
	(Licenciaturas/Maestrias)	
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/odontologia/postgrados/listado-de-programas/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/7%3a9cnico_en_Odontolog%3%ada.aspx
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/odontologia/odontologia.shtml
UPC	Perú	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ciencias-de-la-salud/escuela-de-odontologia
Universidad Latina	Costa Rica	http://www.ulatina.ac.cr/category/carreras/ciencias-de-la-salud/odontologia
ULACIT	Panamá	http://ulacit.ac.pa/index.php/futuros-alumnos/oferta-academica/licenciatura/ciencias-de-la-salud/dr-cirugia-dental/
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-odontologia
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/dentistry/
Periodismo		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/jornalismo
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/jornalismo/
	(Maestria Periodismo Deportivo)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/jornalismo-esportivo-e-multimidia/
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=56
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/jornalismo/
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/periodismo
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/periodismo/periodismo.shtml
UPN	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-comunicacion-y-periodismo.aspx
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COLA_MassMedia_MultimediaJournalism_FINAL.pdf
BITS	Alemania (en Alemán)	http://www.bits-hochschule.de/de/studium/bachelorstudiengaenge/journalismus-unternehmenskommunikation/
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-comunicacion
	(Educación y Psicología)	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-educacion
University of Roehampton	Inglaterra	http://www.roehampton.ac.uk/undergraduate-courses/journalism/index.html
Psicología Clínica		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/psicologia
FADERGS	Brasil	http://www.fadergs.edu.br/fadergs/cursos/psicologia/conteudo/psicologia-58.html
FG	Brasil (Licenciatura)	http://www.uniquararapes.com.br/site/index.php?i=47
	(Maestria)	http://www.uniquararapes.com.br/site/index.php?i=405
	(Maestria Salud Mental, Familia y Dependencia Química)	http://www.uniquararapes.com.br/site/index.php?i=401
IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/psicologia/
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/psicologia/
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=18
	(Maestria)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=377
UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANG&t=C150&c=C150C&uc=C150UC&d=C150D&s=C150SC&e=C150E&z=P_150&dest=P_150&cc=C150CC&co=C150CO&bg=C150BG&i=C150I&info=C150I
UNIRITTER	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/psicologia/
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/psicologia
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/cienciassociales/psicologia/

BTK	Alemania (en Inglés) (Maestría)	http://www.btk-fh.de/en/communication-design http://www.btk-fh.de/en/media-spaces
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-publicidad-y-protocolo
Universidad Europea Canarias	España	http://canarias.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-publicidad-y-protocolo
Istanbul Bilgi University	Turquía	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-communication/advertising-program/
Stamford International University	Tailandia	http://www.stamford.edu/Programs/Specialization/Advertising
TÉCNICO SUPERIOR EN GRABACIÓN Y PRODUCCIÓN MUSICAL		
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-producao-fonografica-producao-de-musica-eletronica/ http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-producao-fonografica-producao-musical/ http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/ingenier%C3%ada-de-Ejecuci%C3%b3n-en-Sonido.aspx
AIEP	Chile	http://www.emoderna.cl/carreras-8/carreras-musica/produccion-musical-y-gestion-artistica
EMM	Chile	http://www.udla.cl/carrera/tecnico-nivel-superior-sonido
UDLA Chile	Chile	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/grado-en-creacion-musical
UEM	España	
TÉCNICO SUPERIOR EN OBRA CIVIL		
UNINORTE	Brasil	http://curso.uninorte.com.br/engenharia-civil
FG	Brasil (Maestría)	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=127 http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=409 http://www.fpb.edu.br/novosite/index.php/mainmenu-cursos/menu-graduacao/engenharia-civil
FPB	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/engenharia-civil/
Anhembi Morumbi	Brasil (Maestría)	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/planejamento-e-controle-de-obras-civis/
UnP	Brasil (Maestría)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=47 http://portal.unp.br/cursos-det?course=117 http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANG&t=C030&c=C030C&uc=C030UC&d=C030D&s=C030SC&e=C030E&z=P_030&dest=P_030&cc=C030CC&co=C030CO&bg=C030BG&i=C030I&info=C030I
UNIFACS	Brasil	http://www.uniritter.edu.br/graduacao/engenharia_civil/
UNIRITTER	Brasil	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-construccion.aspx
AIEP	Chile	http://facultades.unab.cl/ingenieria/pregado/
UNAB	Chile	http://www.udla.cl/carrera/ingenieria-civil-industrial
UDLA Chile	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/ingenieria_civil_industrial/ingenieria_civil_industrial.shtml
UVM	Chile	http://www.upc.edu.pe/facultad-de-ingenieria/ingenieria-civil
UPC	Perú	http://www.upnorte.edu.pe/estudiantes/carrera-ingenieria-civil.aspx
UPN	Perú	
New School of Arts and Design (Construction Management)	EEUU	http://www.newschoollarch.edu/programs/BS-Construction-Management.html
UNITEC	Honduras	http://www.unitec.edu/academicos/ingenierias/civil/
UIC	Mamucos	http://www.uic.ac.ma/cycle-ingenieur/genie-civil
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-ingenieria
University of Liverpool	Inglaterra	http://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/courses/civil-engineering-beng-hons/overview/ http://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/courses/civil-engineering-meng-hons/overview/ http://www.liv.ac.uk/study/undergraduate/courses/civil-and-structural-engineering-meng-hons/overview/ http://www.liv.ac.uk/geography-and-planning/planning-programmes/ http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/undergraduate/faculty-engineering/civil-engineering/
Istanbul Bilgi University	Turquía	http://www.xjtlu.edu.cn/en/academic-departments/academic-departments/department-of-civil-engineering
XJTLU	China	http://www.xjtlu.edu.cn/en/academic-departments/academic-departments/department-of-urban-planning-and-design
INTI	Malasia	http://newinti.edu.my/main/academic_programmes/engineering/bachelor-of-engineering-hons-in-civil-engineering
TECNOLOGÍA EN ALIMENTOS Y BEBIDAS		
Kendall College (licenciatura)	EEUU	http://hospitality.kendall.edu/academics/restaurant-and-foodservice-management
FG	Brasil	http://hospitality.kendall.edu/academics/beverage-management http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=85
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/pos-graduacao/cursos/gestao-de-alimentos-e-bebidas/

**TECNOLOGÍA EN
ANIMACIÓN DIGITAL
TRIDIMENSIONAL**

Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-producao-multimedia-design-de-animacao/
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/animacion-arte-digital
CIBERTEC (video juegos)	Perú	
Santa Fe University	EEUU	http://www.santafeuniversity.edu/ProgramsOfStudy/DigitalArts.aspx
New School of Architecture and Design	EEUU	http://digitalmediaartsdegree.com/
Media Design School	Nueva Zelanda	http://www.mediadesignschool.com/courses/3d-vfx/bachelor-art-design/

**TECNOLOGÍA EN
CONSTRUCCIÓN Y
DOMÓTICA**

UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/ingenieria/pregrado/ingenieria-en-construccion/
------	-------	---

**TECNOLOGÍA EN
EXPORTACION E
IMPORTACION**

IBMR	Brasil	http://www.ibmr.br/cursos/graduacao/presencial/comercio-exterior/
Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-comercio-exterior/
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/detalle-carrera/10-07-15/7%3%a9cnico_en_Administrac%3%b3n_de_Empresas_menci%3%b3n_Comercio_Ext_rior.aspx
UNIDEP	México	http://unidep.mx/index.php/licenciatura-en-comercio-internacional
UIC	Mamuecos	http://www.uic.ac.ma/licences/commerce-international
Istanbul Bilgi University	Turquia	http://www.bilgi.edu.tr/en/programs-and-schools/schools/school-applied-sciences/ba-international-logistics-and-transportation/

**TECNOLOGÍA EN
PRODUCCIÓN Y
SEGURIDAD
INDUSTRIAL**

FG	Brasil	http://www.uniguarapes.com.br/site/index.php?i=125
UnP	Brasil	http://portal.unp.br/cursos-det?course=321
UNIFACS	Brasil	http://www.unifacs.br/main/ensino/grad/cursos.aspx?ban=BANGB&t=C141&c=C141C&uc=C141UC&d=C141D&s=C141SC&e=C141E&z=P_141&ddest=P_141&cc=C141CC&co=C141CO&bg=C141BG&i=C141I&info=C141D
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-construccion.aspx
UNAB	Chile	http://facultades.unab.cl/ingenieria/pregrado/ingenieria-en-seguridad-y-prevencion-de-riesgos/
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/tecnico-nivel-superior-prevencion-riesgos
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/ingenieria_prevencion_riesgos/ingenieria_prevencion_riesgos.s.html
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_TechMgmt_IndustrialandSafetyMgmt_FINAL.pdf

**TECNOLOGÍA EN
REDES Y
TELECOMUNICACION
ES**

Anhembi Morumbi	Brasil	http://portal.anhembi.br/estude-aqui/graduacao/cursos/curso-superior-de-tecnologia-em-redes-de-computadores/
UnP	Brasil (Maestria)	http://portal.unp.br/cursos-det?course=386
AIEP	Chile	http://www.aiep.cl/escuelas/escuela-tic.aspx
UDLA Chile	Chile	http://www.udla.cl/carrera/tecnico-nivel-superior-redes-informaticas
UVM	Chile	http://www.uvm.cl/carreras/ingenieria_civil_informatica/ingenieria_civil_informatica_perfil.s.html
CIBERTEC	Perú	http://www.cibertec.edu.pe/2/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=2&PFL=1&JER=3104
ITN	Perú	http://www.itn.edu.pe/escuela-tecnologia/carreras/redes-comunicaciones.asp
SEMO	EEUU	http://www.semo.edu/pdf/degree_map/COSTA_TechMgmt_TelecomandCompNetworking_FINAL.pdf
UAM (Tec en Instalacion y Mantenimiento de Redes)	Costa Rica	http://www.uam.ac.cr/cateredes.html
Universidad Interamericana	Panamá	http://www.uip.edu.pa/index.php/licenciaturas-2/descripcion-ingenieria-y-sistemas/lic-en-ingenieria-de-redes-y-datos-con-enfasis-en-sistemas-inalambricos/
European University Cyprus	Chipre	http://www.euc.ac.cy/easyconsole.cfm/id/176/dep/167/program_id/37
UEM	España	http://madrid.universidadeuropea.es/estudios-universitarios/estudiar-ingenieria
Ecole Centrale d'Electronique	Francia	http://www.ece.fr/cursus-et-etudes/majeures-d-enseignement/

Anexo 8: Presupuesto 2014 - USFQ

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS EJECUTADO VS PRESUPUESTO DE GASTOS 2014 (Expresado en dólares estadounidenses)

	Ejecutado al 31 de diciembre 2014	Presupuesto 2014
Aranceles	74,979,482	73,179,974
Otros Ingresos	4,015,610	3,875,063
Total Ingresos	78,995,091	77,055,038
Sueldos Docentes Tiempo Completo	22,343,361	21,606,313
Sueldos Docentes Medio Tiempo / Tiempo Parcial	3,613,324	3,605,533
Sueldos Personal Administrativo	8,929,659	8,595,690
Capacitación Personal Docente	1,353,590	1,197,251
Capacitación Personal Administrativo	57,588	51,512
Arrendos	5,453,715	5,689,316
Mercadeo y Relaciones Públicas	1,936,938	1,900,136
Mantenimiento	2,252,167	2,220,636
Programas Internacionales	2,910,759	2,845,267
Servicios Educativos Internacionales	5,720,771	5,620,657
Consultoría	3,752,461	3,707,432
Depreciación	2,447,627	2,308,112
Gastos Docentes	2,918,214	2,751,584
Gastos Generales	6,547,248	6,414,993
Total Gastos	70,237,422	68,514,432

EJECUTADO VS PRESUPUESTO SUELDOS 2014

Sueldos Docentes Tiempo Completo	22,343,361	21,606,313
Sueldos Docentes Medio Tiempo / Tiempo Parcial	3,613,324	3,605,533
Sueldos Personal Administrativo	8,929,659	8,595,690
Total Sueldos	34,886,344	33,807,535

EJECUTADO VS PRESUPUESTO CAPACITACIÓN 2014

Capacitación Personal Docente	1,353,590	1,197,251
Capacitación Personal Administrativo	57,588	51,512
Total Capacitación	1,411,178	1,248,763

EJECUTADO VS PRESUPUESTO INVESTIGACIÓN 2014

Investigación	3,874,875	3,719,880
Total Investigación	3,874,875	3,719,880

EJECUTADO VS PRESUPUESTO VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD 2014

Vinculación con la colectividad	365,411	360,121
Total Vinculación con la Colectividad	365,411	360,121

EJECUTADO VS PRESUPUESTO BECAS 2014

Becas	6,001,031	5,881,010
Total Becas	6,001,031	5,881,010


Boris Chávez
Director Administrativo
Financiero



Anexo 9: Universidades por carrera

País	UNIVERSIDADES	CADE			
		Carreras			
		Administración de Empresas	Economía	Finanzas	Marketing
USA	Bard College		x	x	
USA	BCA	x	x	x	x
USA	Bellarmino	x	x	x	
USA	Beloit		x		
UK	Birmingham	x	x	x	x
Canada	Bishop	x	x	x	x
USA	Boston College	x	x	x	x
USA	Boston University	x	x	x	x
Canada	Calgary	x	x	x	x
USA	California State University	x			x
USA	Clarion University	x	x	x	x
USA	Coastal Carolina University	x	x	x	x
USA	East Carolina University	x	x	x	x
USA	Eastern Illinois University	x	x	x	x
USA	Florida Atlantic University	x	x	x	x
USA	Florida International University	x	x	x	x
USA	Georgetown		x		
USA	Hawaii Pacific University	x	x	x	x
Polonia	Jagiellonian University	x	x		x
Australia	James Cook University	x	x	x	x
Suecia	Jönköping	x	x		x
USA	Juniata College	x	x	x	x
Japón	Kansai Gaidai University	x			
USA	Keene State College	x	x		
USA	Linfield College	x	x	x	x
USA	Louisiana State	x	x	x	x
Alemania	Ludwig Maximilian Universität	x	x		
Suecia	Lund University	x (limitado)	x (limitado)		
Holanda	Maastricht University	x	x	x	x
Francia	Montpellier II University	x			
USA	New Mexico State University	x	x	x	x
USA	North Carolina State University	x	x	x	
USA	Northern Arizona University	x	x	x	x
USA	Northern Kentucky University	x	x	x	x
Noruega	Norwegian University of Science and Technology	x			
USA	Oglethorpe University	x	x	x	x
USA	Oklahoma University	x	x	x	x
Canada	Ottawa University		x		
USA	OUS	x	x	x	x
USA	Pacific University	x	x	x	x
USA	Presbyterian College	x	x		
USA	San Diego State University	x	x	x	x
Canada	Simon Fraser	x	x	x	x
Singapur	Singapore Management	x	x	x	x

CADE					
País	UNIVERSIDADES	Carreras			
		Administración de Empresas	Economía	Finanzas	Marketing
Korea del Sur	Sookmyung Women's University	x	x	x	x
USA	Southwest Baptist University	x	x	x	x
USA	St. Norbert College	x	x		
Korea del Sur	Sungkyunkwan University				
Australia	Swinburne University	x	x	x	
USA	Texas A&M	x	x	x	x
Alemania	Tübingen Universität	x	x	x	x
USA	Tulane University		x		
Francia	UC Lille	x	x	x	x
USA	Univ. Illinois Urbana Champaign		x		
Suiza	Univ. Of Applied Sciences and Arts Northwestern Switzerland (FHNW)	x			
México	Universidad Autónoma de Baja California	x	x		
España	Universidad Autónoma de Barcelona	x	x		
Chile	Universidad de Finis Terrae	x	x	x	x
Argentina	Universidad de la Cuenca del Plata	x		x	
USA	Universidad de Puerto Rico	x	x		
España	Universidad de Salamanca	x	x		
Brasil	Universidad de Santa Catarina UNOESC	x		x	x
Colombia	Universidad ICESI	x	x	x	
Colombia	Universidad ICESI	x	x	x	x
España	Universitat de Valencia	x	x	x	
Alemania	Universität Erfurt	x	x	x	
Francia	Université Montpellier II	x			
USA	University College of London		x		
USA	University of Akron	x	x	x	x
Canadá	University of Calgary	x	x	x	x
Alemania	University of Erfurt		x	x	
USA	University of Georgia	x (limitado)	x (limitado)	x (limitado)	x (limitado)
USA	University of Kentucky	x	x	x	x
USA	University of Massachusetts-Amherst	x	x	x	x
USA	University of Minnesota	x		x	x
USA	University of Mississippi	x	x	x	x
USA	University of New Mexico	x	x	x	x
USA	University of North Carolina -Chapel Hill		x		
USA	University of North Carolina Wilmington	x	x	x	x
Australia	University of the Sunshine Coast	x			x
USA	University of South Carolina		x	x	x
USA	University of Wisconsin- Milwaukee	x	x	x	x
USA	Virginia Tech	x	x	x	x
USA	Washington and Jefferson	x	x	x	
USA	Washington College	x	x	x	
USA	Western Kentucky University	x	x	x	x
USA	Willamette	x	x		

País	Universidad	CAD	
		Carrera	
		Arquitectura	Diseño de Interiores
USA	Boston College	x	
Canada	Calgary	x	
USA	East Carolina University	x	x
España	Elisava		x
USA	Florida Atlantic University	x	
USA	Florida International University		
USA	Keene State College	x	
USA	Louisiana State University	x	x
Suecia	Lund University	x (ser estudiante de 3er año)	x (ser estudiante de 3er año)
USA	Michigan State		x
USA	North Carolina State University	x	x
USA	Northern Arizona University		x
USA	OUS	x	x
Italia	Politecnico di Milano - School of Design	x (pre-requisito italiano)	x (pre-requisito italiano)
USA	San Diego State University		x
Korea del Sur	Sookmyung Women's University	x	
Korea del Sur	Sungkyunkwan University	x	
Australia	Swinburne University		x
USA	Texas A&M	x	
Francia	UC Lille	x	x (pre-requisito francés)
Mexico	Universidad Autónoma de Baja California	x	
Puerto Rico	Universidad de Puerto Rico	x	
España	Universidad de Salamanca	x	
Chile	Universidad Finis Terrae	x	x
USA	University of Akron		x
USA	University of Georgia		x
USA	University of Illinois	x (cupos limitados)	
USA	University of Kentucky	x	x
USA	University of Massachusetts-Amherst	x	x
USA	University of Minnesota	x	
USA	University of Oklahoma	x	x
USA	University of Wisconsin Milwaukee	x	
USA	Virginia Tech	x (cupos limitados)	x
USA	Western Kentucky University	x	x

CHAT				
País	Universidades	Carrera		
		Administración de Empresas de Hospitalidad	Arte Culinario	Arte Culinario y Administración De Alimentos y Bebidas
USA	Boston University	x		
USA	Boston University	x		x
Canada	Calgary	x		
USA	California State University	x		
USA	Coastal Carolina University	x		
USA	Cornell			x
USA	East Carolina University	x		
USA	Florida Atlantic University	x		
USA	Florida International University	x		
USA	Hawaii Pacific University	x		
Polonia	Jagiellonian University	x		
Australia	James Cook University	x		
USA	Louisiana State University			x
USA	Michigan State	x		x
USA	New Mexico State University	x	x	
USA	North Carolina State University	x		x
USA	Northern Arizona University	x		
USA	OUS	x		x
USA	San Diego State University	x		x
Korea del Sur	Sookmyung Women's University			x
Australia	Sunshine Coast University	x		
USA	Texas A&M	x		
Francia	UC Lille	x (pre-requisito francés)		
Mexico	Universidad de Baja California	x	x	
Argentina	Universidad de la Cuenca de Plata	x		
España	Universidad de Salamanca	x		
Chile	Universidad Finis Terrae	x	x	x
España	Universitat de Valencia	x		
USA	University of Akron	x		
Canada	University of Calgary	x		
USA	University of Georgia	x		x
USA	University of Illinois Urbana Champaign	x		
USA	University of Kentucky	x		
USA	University of Massachusetts- Amherst	x		
USA	University of Minnesota			x
USA	University of Mississippi	x		
USA	University of North Carolina- Wilmington	x		
USA	University of South Carolina	x		
USA	Virginia Tech	x		x
USA	Western Kentucky University	x		x

COCIBA								
País	Universidades	Carreras						
		Administración Ambiental	Biología	Biología Molecular	Ecología Aplicada	Ecología Marina	Ingeniería en Procesos Biotecnológicos	Zoología
USA	Bard College		x	x				
USA	BCA	x	x	x			x	
USA	Bellarmino	x	x					
USA	Beloit	x	x	x	x			
Canada	Bishop	x	x					
USA	Boston College	x	x		x			
USA	Boston University	x	x	x	x		x	
USA	California State University	x	x	x		x		
USA	Clarion University		x		x		x	
USA	Coastal Carolina University	x	x					
USA	Cornell	x	x	x	x	x	x	
USA	East Carolina University		x				x	
USA	Eastern Illinois University	x	x		x			
USA	Florida Atlantic University	x	x				x	
USA	Florida International University	x	x			x	x	
USA	Georgetown		x	x				
USA	Hawaii Pacific University	x	x			x		
Australia	James Cook University	x	x	x	x	x	x	x
USA	Juniata College	x	x					
USA	Kalamazoo College	x	x	x				
USA	Keene State College	x	x					
USA	Linfield College	x	x	x				
USA	Louisiana State University	x	x	x	x	x	x	
Alemania	Ludwig Maximilian Universität	x	x	x				
USA	Michigan State	x	x	x	x		x	x
USA	New Mexico State University	x	x	x	x	x		
USA	North Carolina State University	x	x	x	x		x	
USA	Northern Kentucky University	x	x	x	x			
Noruega	Norwegian University Of Science and Technology	x	x		x	x	x	
USA	Oglethorpe University	x	x		x			
USA	Oklahoma University	x	x	x			x	
Canada	Ottawa University	x	x				x	
USA	OUS	x	x		x	x	x	
USA	Pacific Univesity	x	x					
USA	Presbyterian College		x			x		
USA	San Diego State University	x	x	x	x	x	x	x
Canada	Simon Fraser University	x	x	x	x	x	x	
Korea del Sur	Sookmyung Women's University		x					
USA	Southwest Baptist university		x					
USA	St. Norbert College	x	x	x			x	

COCIBA								
País	Universidades	Carreras						
		Administración Ambiental	Biología	Biología Molecular	Ecología Aplicada	Ecología Marina	Ingeniería en Procesos Biotecnológicos	Zoología
Korea del Sur	Sungkyunkwan University		x	x	x		x	
Australia	Sunshine Coast University	x	x	x	x	x	x	
Australia	Swinburne University	x	x					
USA	Texas A&M	x	x	x	x	x	x	x
Alemania	Tübingen	x	x	x	x		x	
USA	Tulane University	x	x	x	x		x	
Francia	UC Lille	x	x	x	x	x	x	
México	Universidad Autónoma de Baja California	x	x				x	x
España	Universidad Autónoma de Barcelona	x	x	x	x		x	
Puerto Rico	Universidad de Puerto Rico	x	x	x	x			
España	Universidad de Salamanca	x	x				x	
Colombia	Universidad ICESI	x	x	x			x	
España	Universitat de Valencia	x	x	x			x	
UK	University College London	x	x	x	x			
USA	University of Akron	x	x	x	x	x	x	
Canada	University of Calgary	x	x	x	x		x	x
USA	University of Georgia	x	x		x		x	
USA	University of Illinois Urbana Champaign	x	x	x				
USA	University of Kentucky	x	x		x		x	
USA	University of Massachusetts- Amherst	x	x	x				
USA	University of Minnesota	x	x	x	x		x	
USA	University of Mississippi		x	x	x		x	
USA	University of New Mexico	x	x	x	x		x	
USA	University of North Carolina- Chapel Hill	x	x	x	x	x	x	
USA	University of North Carolina-Wilmington	x	x	x	x	x		
USA	University of South Carolina	x	x					
USA	University of Wisconsin.Milwaukee	x	x	x	x	x	x	
USA	Virginia Tech	x	x	x	x		x	
USA	Washington and Jefferson College	x	x					
USA	Washington College	x	x	x	x			
USA	Western Kentucky	x	x	x	x		x	x

COCISOH							
País	Universidades	Carreras					
		Artes Liberales	Educación	Relaciones Internacionales	Lic. Psicología	Psicología Clínica	Psicología y Recursos Humanos
USA	Bard College			x	x	x	
USA	BCA	x	x	x	x	x	x
USA	Bellarmine University	x	x	x	x	x	x
USA	Beloit College	x	x	x	x	x	
UK	Birmingham	x	x	x	x		x
Canada	Bishop University	x	x	x	x		x
USA	Boston College	x	x	x	x	x	x
USA	Boston University	x	x	x	x	x	x
Canada	Calgary	x	x	x	x	x	x
USA	California State University		x	x	x		
USA	Clarion University	x	x		x		
USA	Coastal Carolina University	x	x	x	x		
USA	East Carolina University	x	x	x	x		
USA	Eastern Illinois University	x	x		x		
USA	Florida Atlantic University	x	x	x	x	x	
USA	Florida International University	x	x	x	x		x
USA	Georgetown University	x		x	x	x	
USA	Hawaii Pacific University	x	x	x	x		
Polonia	Jagiellonian University	x		x	x		x
Australia	James Cook University	x	x	x	x	x	
USA	Juniata College	x	x	x	x		x
USA	Kalamazoo College	x		x	x	x	
Japón	Kansai Gaidai University	x		x	x		
USA	Keene State College	x	x		x		
USA	Linfield College	x	x	x	x	x	
USA	Louisiana State University	x	x	x	x		x
Alemania	Ludwig Maximilian Universität	x (pre-requisito alemán)	x(pre-requisito alemán)	x	x	x	x
USA	Michigan State University	x		x	x	x	x
USA	New Mexico State University	x	x		x		
USA	North Carolina State University	x	x	x	x	x	
USA	Northern Kentucky University	x	x	x	x	x	x
Noruega	Norwegian University of Science and Technology		x	x			
USA	Oglethorpe University	x		x	x		x
USA	Oklahoma University	x	x	x	x	x	x
USA	Oklahoma University	x		x	x	x	x
USA	Oregon University System OUS	x	x	x	x	x	x
Canada	Ottawa University	x		x	x		
USA	Pacific University	x	x	x	x	x	
USA	Presbyterian College	x	x	x	x		

COCISOH							
País	Universidades	Carreras					
		Artes Liberales	Educación	Relaciones Internacionales	Lic. Psicología	Psicología Clínica	Psicología y Recursos Humanos
USA	San Diego State University	x	x	x	x		
Francia	Sciences Po- Aix	x		x			
Canada	Simon Fraser	x	x	x	x	x	x
Singapur	Singapore Management University	x		x	x		
Korea del Sur	Sookmyung Women's University	x	x	x	x		
USA	Southwest Baptist University	x	x	x	x	x	
USA	St. Norbert College	x		x	x		
Korea del Sur	Sungkyunkwan University	x	x	x	x	x	
Australia	Sunshine Coast University	x		x	x		x
Australia	Swinburnee University		x			x	
USA	Texas A&M	x	x	x	x		
Alemania	Tübingen Universitat	x	x	x			
USA	Tulane University	x	x	x	x	x	
Francia	UC Lille	x	x (pre-requisito francés)	x	x (pre-requisito francés)	x (pre-requisito francés)	x
Mexico	Universidad Autónoma de Baja California			x	x	x	x
España	Universidad Autónoma de Barcelona	x					
Chile	Universidad de Finis Terrae	x	x		x		x
Argentina	Universidad de la Cuenca del Plata		x		x		
Puerto Rico	Universidad de Puerto Rico	x	x	x	x	x	x
España	Universidad de Salamanca	x	x	x	x	x	x
Brasil	Universidad de Santa Catarina UNOESC				x	x	
Colombia	Universidad ICESI	x	x	x	x		
España	Universitat de Valencia	x	x	x	x	x	x
Alemania	Universität Erfurt	x	x	x	x		
UK	University College London	x		x	x		
Holanda	University College Maastricht	x		x	x	x	x
USA	University of Akron	x	x	x			
Alemania	University of Erfurt	x	x	x	x		
USA	University of Georgia	x	x	x	x	x	x
USA	University of Illinois	x	x (limitado)	x	x	x	
USA	University of Kentucky	x	x	x	x	x	
USA	University of Massachusetts-Amherst	x	x	x	x	x	
USA	University of Minnesota	x	x	x	x	x	x
USA	University of Mississippi	x	x	x	x	x	x
USA	University of New Mexico	x	x	x	x	x	x

COCISOH							
País	Universidades	Carreras					
		Artes Liberales	Educación	Relaciones Internacionales	Lic. Psicología	Psicología Clínica	Psicología y Recursos Humanos
USA	University of North Carolina-Wilmington	x	x	x	x	x	x
USA	University of North Carolina-Chapel Hill	x	x	x	x	x	
USA	University of South Carolina	x	x	x	x		
USA	University of Wisconsin-Milwaukee	x	x	x	x	x	x
USA	Virginia Tech	x	x	x	x	x	x
USA	Washington and Jefferson	x	x	x	x	x	x
USA	Washington College	x	x	x	x	x	
USA	Western Kentucky University	x	x	x	x	x	x
USA	Willamette	x		x	x	x	

COCOA											
País	Universidades	Carrera									
		Animación Digital	Artes Contemporáneas/ Diseño de Modas	Cine y Video	Comunicación Ambiental	Com.Org y R.R.P.P	Comunicación Publicitaria	Diseño Comunicacional	Interactividad y multimedia	Periodismo Multimedia	Producción de TV y medios digitales
USA	BCA		x	x		x		x		x	x
USA	Bellarmino		x			x	x	x	x	x	x
USA	Bishop			x							
USA	Boston College			x		x					
USA	Boston University			x		x	x	x		x	x
USA	California State University			x		x	x	x	x	x	x
USA	Clarion University			x		x		x		x	x
USA	Coastal Carolina University		x			x		x	x	x	
USA	Cornell				x	x					
USA	East Carolina University		x	x		x					x
USA	Eastern Illinois University		x	x		x	x	x		x	x
USA	Elisava							x			
USA	Florida Atlantic University		x	x		x		x	x	x	x
USA	Florida International University		x			x	x			x	x
USA	Georgetown			x		x					x
USA	Hawaii Pacific University			x		x	x		x	x	x
Bélgica	Institut des Hautes Etudes de Com (IHECS)	x				x	x			x	
Polonia	Jagiellonian		x			x	x				
Australia	James Cook University	x	x			x			x	x	x
USA	Juniata College		x		x	x			x		x
USA	Kalamazoo College										x
Japón	Kansai Gaidai University		x	x					x		
USA	Keene State College					x					
USA	Linfield College	x				x		x	x	x	x
USA	Louisiana State University		x	x		x	x	x		x	x
Alemania	Ludwig Maximilian Universität		x (pre-requisito alemán)			x					
USA	Michigan State University		x	x		x	x		x	x	x
USA	New Mexico State University	x	x	x		x				x	
USA	North Carolina State University	x	x			x		x	x		
USA	Northern Kentucky University		x			x		x	x	x	x
USA	Oglethorpe University		x			x				x	
USA	Oklahoma University		x	x		x	x			x	x
Canada	Ottawa University		x	x		x				x	
USA	OUS	x		x		x	x	x		x	x
USA	Pacific University		x	x				x	x	x	

COCOA											
País	Universidades	Carrera									
		Animación Digital	Artes Contemporáneas/ Diseño de Modas	Cine y Video	Comunicación Ambiental	Com.Org y R.R.P.P	Comunicación Publicitaria	Diseño Comunicacional	Interactividad y multimedia	Periodismo Multimedia	Producción de TV y medios digitales
Italia	Politecnico de Milano- School of Design		x			x		x			
USA	Presbyterian College		x	x						x	
USA	San Diego State University		x	x		x	x	x	x	x	x
Canada	Simon Fraser University		x			x		x	x		
Korea del Sur	Sookmyung Women's University		x	x		x		x	x		x
USA	Southwest Baptist University		x			x		x		x	
USA	St. Norbert College		x			x		x			x
Korea del Sur	Sungkyunkwan University		x	x		x		x		x	x
Australia	Sunshine Coast University		x	x			x	x		x	x
Australia	Swinburne University	x		x					x		x
USA	Texas A&M	x	x	x		x		x		x	x
USA	Tulane University		x	x		x					x
Francia	UC Lille		x	x		x				x	x
Mexico	Universidad Autónoma de Baja California					x	x		x	x	x
Argentina	Universidad de la Cuenca de Plata		x				x	x	x	x	
Puerto Rico	Universidad de Puerto Rico			x		x	x	x		x	
España	Universidad de Salamanca		x			x		x	x		
Brasil	Universidad de Santa Catarina UNOESC		x								
Chile	Universidad Finis Terrae		x				x			x	
Colombia	Universidad ICESI					x			x		
España	Universitat de Valencia					x			x	x	
UK	University College London		x								
USA	University Massachusetts-Amherst	x	x	x		x			x	x	x
USA	University of Akron	x	x			x		x		x	x
Canada	University of Calgary			x		x					x
USA	University of Georgia		x	x		x	x	x	x	x	x
USA	University of Illinois Urbana Champaign		x	x	x	x		x	x		x
USA	University of Kentucky		x			x			x	x	x
USA	University of Minnesota		x	x		x			x		x
USA	University of Mississippi		x	x		x	x	x	x	x	x
USA	University of New Mexico		x	x	x	x		x		x	x
USA	University of North Carolina-Chapel Hill		x	x		x					x

COCOA											
País	Universidades	Carrera									
		Animación Digital	Artes Contemporáneas/ Diseño de Modas	Cine y Video	Comunicación Ambiental	Com.Org y R.R.P.P	Comunicación Publicitaria	Diseño Comunicacional	Interactividad y multimedia	Periodismo Multimedios	Producción de TV y medios digitales
USA	University of North Carolina- Wilmington		x	x (limitado)		x		x	x		
USA	University of South Carolina				x						
USA	University of Wisconsin- Milwaukee		x	x		x	x		x	x	x
USA	Virginia Tech		x	x		x		x		x	
USA	Washington and Jefferson College			x		x		x			
USA	Washington College			x					x		
USA	Western Kentucky University		x	x		x		x	x		x
USA	Willamette					x					x

COCSA						
País	Universidades	Carrera				
		Medicina	Medicina Veterinaria	Nutrición Humana	Odontología	Optometría
Canada	Bishop	x				
USA	Cornell		x	x		
USA	East Carolina University			x		
USA	Eastern Illinois University	x	x		x	x
USA	Hawaii Pacific University	x	x		x	x
Francia	Institut National Polytechnique de Toulouse		x			
Polonia	Jagiellonian University					
Australia	James Cook University	x	x		x	
USA	Louisiana State University			x		
USA	Michigan State University			x		
USA	North Carolina State University		x	x		
Noruega	Norwegian University of Science and Technology	x				
USA	Oglethorpe University	x	x		x	
Canada	Ottawa University			x		
USA	OUS	x	x	x	x	x
USA	Pacific University	x			x	x
USA	Presbyterian College	x	x		x	
USA	San Diego State University	x		x	x	x
Canada	Simon Fraser University	x				
Korea del Sur	Sookmyung Women's University			x		
USA	Southwest Baptist University	x				
USA	St. Norbert College	x	x		x	
Korea del Sur	Sungkyunkwan University	x				
Australia	Sunshine Coast University			x		
USA	Texas A&M			x		
Alemania	Tübingen	x (Pre-requisito alemán)				
USA	Tulane University	x				x
Francia	UC Lille	x			x (pre-requisito francés)	
Mexico	Universidad Autónoma de Baja California	x			x	
Chile	Universidad de Finis Terrae	x		x	x	
Argentina	Universidad de la Cuenca de Plata			x		
España	Universidad de Salamanca	x			No está disponible para estudiantes de intercambio	

COCSA						
País	Universidades	Carrera				
		Medicina	Medicina Veterinaria	Nutrición Humana	Odontología	Optometría
Colombia	Universidad ICESI	x				
España	Universitat de Valencia	x		x	x	x
USA	University of Akron			x		
USA	University of Georgia	x	x	x	x	x
USA	University of Illinois Urbana Champaign		x	x		
USA	University of Kentucky		x	x		
USA	University of Massachusetts-Amherst		x	x		
USA	University of Minnesota		x	x		
USA	University of Mississippi			x		
USA	University of New Mexico			x		
USA	University of North Carolina- Chapel Hill			x		
USA	University of Wisconsin Milwaukee	x	x	x	x	x
USA	Virginia Tech		x	x		
USA	Washington and Jefferson	x	x		x	x
USA	Washington College	x				
USA	Western Kentucky University	x	x	x	x	x
USA	Willamette	x	x			

JUR		
		Carreras
País	Universidades	Jurisprudencia
USA	BCA	x
USA	California State University	x
USA	Eastern Illinois University	x
USA	Hawaii Pacific University	x
Polonia	Jagiellonian University	x
Australia	James Cook University	x
USA	Linfield College	x
Alemania	Ludwig Maximilian Universität	x (pre-requisito alemán)
USA	Oglethorpe University	x
Canada	Ottawa University	x
USA	OUS	x
USA	Pacific University	x
USA	Presbyterian College	x
USA	San Diego State University	x
Canada	Simon Fraser University	x
Singapur	Singapore Management University	x
Korea del Sur	Sookmyung Women's University	x
USA	Southwest Baptist University	x
USA	St. Norbert College	x
Korea del Sur	Sungkyunkwan University	x
Australia	Swinburne University	x
Alemania	Tübingen Universität	x (pre-requisito alemán)
Francia	UC Lille	x
España	Universidad Autónoma de Barcelona	x
Chile	Universidad de Finis Terrae	x
Colombia	Universidad de ICESI	x
Argentina	Universidad de la Cuenca de Plata	x
Puerto Rico	Universidad de Puerto Rico	x
España	Universidad de Salamanca	x
España	Universitat de Valencia	x
Alemania	Universität Erfurt	x
UK	University College London	x
Holanda	University College Maastricht	x
USA	University of Akron	x
Canada	University of Calgary	x (alumnos deben estar en 3er año)
USA	University of Georgia	x
USA	University of Wisconsin-Milwaukee	x
USA	Washington and Jefferson College	x
USA	Washington College	
USA	Western Kentucky University	x
USA	Willamette	x

Politécnico					
País	Universidades	Carrera			
		Física	Química	Matemáticas	Redes y Sistemas Operativos
USA	Bard College	x	x	x	x
USA	BCA	x	x	x	x
USA	Bellarmino	x	x	x	x
USA	Beloit	x	x	x	x
Canada	Bishop	x	x	x	x
USA	Boston College	x	x	x	x
USA	Boston University	x	x	x	x
USA	Clarion University	x	x	x	x
USA	Coastal Carolina University	x	x	x	x
USA	Cornell				x
USA	East Carolina University	x	x	x	x
USA	Eastern Illinois University	x	x	x	x
USA	Florida Atlantic University	x	x	x	x
USA	Florida International University	x	x	x	x
USA	Georgetown	x	x	x	x
USA	Hawaii Pacific University		x	x	x
Polonia	Jagiellonian University		x	x	x
Australia	James Cook University	x	x	x	x
USA	Juniata College	x	x	x	x
USA	Kalamazoo College	x	x	x	x
USA	Keene State College	x	x	x	x
USA	Linfield College	x	x	x	x
USA	Louisiana State College	x	x	x	x
Alemania	Ludwig Maximilian Universität	x	x	x	x
Suecia	Lund University	x		x	
USA	Michigan State University	x	x	x	x
USA	New Mexico State University	x	x	x	x
USA	North Carolina State University	x	x	x	x
USA	Northern Kentucky University	x	x	x	x
Noruega	Norwegian University of Science and Technology	x	x	x	x
USA	Oglethorpe University	x	x	x	x
USA	Oklahoma University	x	x	x	x
Canada	Ottawa University	x	x	x	x
USA	OUS	x	x	x	x
USA	Pacific University	x	x	x	x
USA	Presbyterian College	x	x	x	
USA	San Diego State University	x	x	x	x
Francia	Science Po-Aix				x
Canada	Simon Fraser University	x	x	x	x
Singapur	Singapur Management University				x
Korea del Sur	Sookmyung Women's University	x	x	x	x
USA	Southwest Baptist University		x	x	x

Politécnico					
País	Universidades	Carrera			
		Física	Química	Matemáticas	Redes y Sistemas Operativos
USA	St. Norbert College	x	x	x	x
Korea del Sur	Sungkyunkwan University	x	x	x	x
Australia	Sunshine Coast University	x	x	x	x
Australia	Swinburne University	x	x	x	x
USA	Texas A&M	x	x	x	x
Alemania	Tübingen	x	x	x	x
USA	Tulane University	x	x	x	x
Francia	UC Lille	x	x	x	x
Mexico	Universidad Autónoma de Baja California		x		x
Argentina	Universidad de la Cuenca de Plata				x
Puerto Rico	Universidad de Puerto Rico	x	x	x	x
España	Universidad de Salamanca	x	x	x	x
Colombia	Universidad ICESI		x		x
España	Universitat de Valencia	x	x	x	x
UK	University College London	x	x	x	x
Holanda	University College Maastricht	x	x	x	x
USA	University of Akron	x	x	x	x
Canada	University of Calgary	x	x	x	x
USA	University of Georgia	x	x	x	x
USA	University of Illinois Urbana Champaign	x	x	x	x
USA	University of Kentucky	x	x	x	x
USA	University of Massachusetts- Amherst	x	x	x	x
USA	University of Minnesota	x	x	x	x
USA	University of Mississippi	x	x	x	x
USA	University of New Mexico	x	x	x	x
USA	University of North Carolina- Wilmington	x	x	x	x
USA	University of North Carolina-Chapel Hill	x	x	x	x
USA	University of South Carolina	x	x	x	x
USA	University of Wisconsin-Milwaukee	x	x	x	x
USA	Virginia Tech	x	x	x	x
USA	Washington and Jefferson College	x	x	x	x
USA	Washington College	x	x	x	x
USA	Western Kentucky University	x	x	x	x
USA	Willamette	x	x	x	

Anexo 10: Universidades que ofrecen ingeniería

Convenio de Universidades

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Estados unidos	Boston University	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Boston University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Boston University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Cornell University	Environmental Engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Cornell University	Agricultural Sciences	Ingeniería Agroempresas
Estados unidos	Cornell University	Food Science	Ingeniería en alimentos
Estados unidos	Michigan State University	Chemical engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	Michigan State University	Civil engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	Michigan State University	Computer engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Michigan State University	Electrical engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Michigan State University	Mechanical engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Michigan State University	Chemistry	Química
Estados unidos	Michigan State University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Michigan State University	Physics	Física
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Agricultural and Biological Engineering	Ingeniería Agroempresas
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Industrial Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Chemistry	Química
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Physics	Física
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Food Science	Ingeniería en alimentos
Estados unidos	University of Illinois at Urbana Champaign	Environmental Economics and Policy	Ingeniería ambiental
Estados unidos	University of North Carolina, Chapel Hill	Chemistry	Química
Estados unidos	University of North Carolina, Chapel Hill	Environmental Sciences & Engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	University of North Carolina, Chapel Hill	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	University of North Carolina, Chapel Hill	Operations Research	Ingeniería industrial
Estados unidos	University of North Carolina, Chapel Hill	Physics & Astronomy	Física
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Civil and Environmental Engineering	Ingeniería civil

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Electrical and Computer Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Engineering Science and Mechanics	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Industrial and Systems Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Myers-Lawson School of Construction	Ingeniería civil
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Chemistry	Química
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Physics	Física
Estados unidos	Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	Food Science and Technology	Ingeniería en alimentos
Estados unidos	Oregon State University	Chemical, Biological, and Environmental Engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	Oregon State University	Chemical, Biological, and Environmental Engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Oregon State University	Civil and Construction Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	Oregon State University	Electrical Engineering and Computer Science	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Oregon State University	Electrical Engineering and Computer Science	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Oregon State University	Mechanical, Industrial, and Manufacturing Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Oregon State University	Mechanical, Industrial, and Manufacturing Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	Oregon State University	Chemistry	Química
Estados unidos	Oregon State University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Oregon State University	Physics	Física
Estados unidos	University of Minnesota	Chemical engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	University of Minnesota	Chemistry	Química
Estados unidos	University of Minnesota	Civil engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	University of Minnesota	Computer engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	University of Minnesota	Electrical engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	University of Minnesota	Environmental engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	University of Minnesota	Industrial and systems engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	University of Minnesota	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	University of Minnesota	Mechanical engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	University of Minnesota	Physics	Física
Estados unidos	Texas A&M University	Agribusiness	Ingeniería Agroempresas
Estados unidos	Texas A&M University	Environmental Studies	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Texas A&M University	Food Science & Technology	Ingeniería en alimentos
Estados unidos	Texas A&M University	Chemical Engineering	Ingeniería Química

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Estados unidos	Texas A&M University	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	Texas A&M University	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Texas A&M University	Computer Science	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Texas A&M University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Texas A&M University	Electronic Systems Engineering Technology	Ingeniería Electrónica
Estados unidos	Texas A&M University	Industrial Distribution	Ingeniería industrial
Estados unidos	Texas A&M University	Industrial Engineering	Ingeniería industrial
Estados unidos	Texas A&M University	Manufacturing & Mechanical Engineering Technology	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Texas A&M University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Texas A&M University	Chemistry	Química
Estados unidos	Texas A&M University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Texas A&M University	Physics	Física
Estados unidos	Louisiana State University	Agribusiness Finance	Ingeniería Agroempresas
Estados unidos	Louisiana State University	Food Industry Management	Ingeniería en alimentos
Estados unidos	Louisiana State University	Environmental Analysis & Risk Management	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Louisiana State University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Louisiana State University	Environmental Engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Louisiana State University	Industrial Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	Louisiana State University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Louisiana State University	Chemistry	Química
Estados unidos	Louisiana State University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Louisiana State University	Physics	Física
Estados unidos	Louisiana State University	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	Louisiana State University	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Louisiana State University	Chemical Engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	University of Wisconsin- Milwaukee	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	University of Wisconsin- Milwaukee	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	University of Wisconsin- Milwaukee	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	University of Wisconsin- Milwaukee	Industrial Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	University of Wisconsin- Milwaukee	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Bridgewater College (BCA)	Environmental Science	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Bridgewater College (BCA)	Computer Science	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Bridgewater College (BCA)	Chemistry	Química
Estados unidos	Bridgewater College (BCA)	Physics and Mathematics	Matemáticas / Física
Estados unidos	Kalamazoo College	Chemistry	Química
Estados unidos	Kalamazoo College	Computer Science	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Kalamazoo College	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Kalamazoo College	Physics	Física
Estados unidos	Western Kentucky University	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	Western Kentucky University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Western Kentucky University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Western Kentucky University	Chemistry	Química
Estados unidos	Western Kentucky University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Western Kentucky University	Physics	Física
Estados unidos	Western Kentucky University	Agribusiness Requirement	Ingeniería Agroempresas

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Estados unidos	East Carolina University	Chemistry	Química
Estados unidos	East Carolina University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	East Carolina University	Physics	Física
Estados unidos	East Carolina University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	East Carolina University	Industrial and Systems Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	East Carolina University	Construction Management	Ingeniería Civil
Estados unidos	East Carolina University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Eastern Illinois University	Chemistry	Química
Estados unidos	Eastern Illinois University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Eastern Illinois University	Physics	Física
Estados unidos	Florida Atlantic University	Chemistry	Química
Estados unidos	Florida Atlantic University	Civil Engineering	Ingeniería civil
Estados unidos	Florida Atlantic University	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Florida Atlantic University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Florida Atlantic University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Florida Atlantic University	Physics	Física
Estados unidos	Florida Atlantic University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Florida International University	Chemistry	Química
Estados unidos	Florida International University	Civil Engineering	Ingeniería civil
Estados unidos	Florida International University	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Florida International University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Florida International University	Environmental Engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Florida International University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Florida International University	Physics	Física
Estados unidos	Florida International University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	North Carolina State University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	North Carolina State University	Physics	Física
Estados unidos	North Carolina State University	Chemistry	Química
Estados unidos	North Carolina State University	Electrical & Computer Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	North Carolina State University	Chemical & Biomolecular Engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	North Carolina State University	Mechanical and Aerospace Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	North Carolina State University	Civil, Construction & Environmental Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	North Carolina State University	Edward P. Fitts Department of Industrial & Systems Engineering	Ingeniería Industrial/ Ingeniería sistemas
Estados unidos	Willamette University	Chemistry	Química
Estados unidos	Willamette University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Willamette University	Physics	Física
Estados unidos	Willamette University	Computer Science	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Willamette University	Environmental Science	Ingeniería ambiental
Estados unidos	Washington & Jefferson College	Chemistry	Química
Estados unidos	Washington & Jefferson College	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Washington & Jefferson College	Physics	Física
Estados unidos	University of Oklahoma	Chemistry	Química
Estados unidos	University of Oklahoma	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	University of Oklahoma	Physics	Física

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Estados unidos	University of Oklahoma	Architectural Engineering/Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	University of Oklahoma	Chemical Engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	University of Oklahoma	Computer Engineering/Electrical and Computer	Ingeniería sistemas
Estados unidos	University of Oklahoma	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	University of Oklahoma	Environmental Engineering	Ingeniería ambiental
Estados unidos	University of Oklahoma	Industrial and Systems Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	University of Oklahoma	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	University of New Mexico	Chemical & Biological Engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	University of New Mexico	Civil Engineering	Ingeniería civil
Estados unidos	University of New Mexico	Computer Science	Ingeniería sistemas
Estados unidos	University of New Mexico	Electrical & Computer Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	University of New Mexico	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Northern Kentucky University	Chemistry	Química
Estados unidos	Northern Kentucky University	Electronics Engineering Technology	Ingeniería Electrónica
Estados unidos	Northern Kentucky University	Mathematics & Statistics	Matemáticas
Estados unidos	Northern Kentucky University	Mechanical and Manufacturing Engineering Technology	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Northern Kentucky University	Physics	Física
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Civil engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Electronics Engineering Technology	Ingeniería Electrónica
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Computer Engineering Technology	Ingeniería sistemas
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Mechanical Engineering Technology	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Oregon Institute of Technology	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	New Mexico State University	Chemical Engineering (ChE)	Ingeniería Química
Estados unidos	New Mexico State University	Civil Engineering (CE)	Ingeniería Civil
Estados unidos	New Mexico State University	Electrical and Computer Engineering (EE)	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	New Mexico State University	Industrial Engineering (IE)	Ingeniería Industrial
Estados unidos	New Mexico State University	Mechanical and Aerospace Engineering (ME/AE)	Ingeniería mecánica
Estados unidos	New Mexico State University	Agricultural Economics and Agricultural Business	Ingeniería Agroempresas
Estados unidos	New Mexico State University	Chemistry	Química
Estados unidos	New Mexico State University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	New Mexico State University	Physics	Física
Estados unidos	Oglethorpe University	Chemistry	Química
Estados unidos	Oglethorpe University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Oglethorpe University	Physics	Física
Estados unidos	Northern Kentucky University	Chemistry	Química
Estados unidos	Northern Kentucky University	Electronics Engineering Technology	Ingeniería Electrónica

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Estados unidos	Northern Kentucky University	Mathematics & Statistics	Matemáticas
Estados unidos	Northern Kentucky University	Mechanical and Manufacturing Engineering Technology	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Northern Kentucky University	Physics	Física
Estados unidos	Hawai'i Pacific University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Hawai'i Pacific University	Chemistry	Química
Estados unidos	Georgetown University	Bachelor of Science in Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Georgetown University	Bachelor of Science in Chemistry	Química
Estados unidos	Georgetown University	Bachelor of Science in Physics	Física
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Chemistry	Química
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Computer Systems Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Environmental Science	Ingeniería ambiental
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Food Science	Ingeniería en alimentos
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Industrial Engineering	Ingeniería Industrial
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Mathematics (B.A., B.S.)	Matemáticas
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Physics (B.A., B.S.)	Física
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Sustainable Horticulture	Ingeniería Agroempresas
Estados unidos	University of Massachusetts Amherst	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	San Diego State University	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	San Diego State University	Chemistry	Química
Estados unidos	San Diego State University	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Estados unidos	San Diego State University	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	San Diego State University	Physics	Física
Estados unidos	San Diego State University	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	Presbyterian College	Chemistry	Química
Estados unidos	Presbyterian College	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	Presbyterian College	Physics	Física
Estados unidos	The University of Akron	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	The University of Akron	Chemical Engineering	Ingeniería Química
Estados unidos	The University of Akron	Chemistry	Química
Estados unidos	The University of Akron	Civil Engineering	Ingeniería civil
Estados unidos	The University of Akron	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Estados unidos	The University of Akron	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Estados unidos	The University of Akron	Electronic Engineering Technology	Ingeniería Electrónica
Estados unidos	The University of Akron	Mathematics	Matemáticas
Estados unidos	The University of Akron	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Estados unidos	The University of Akron	Physics	Física
Australia	James Cook University	Mathematics and Physical Sciences	Matemáticas / Física
Australia	James Cook University	Bachelor of Engineering (Chemical Engineering)	Ingeniería Química
Australia	James Cook University	Bachelor of Engineering (Civil Engineering)	Ingeniería Civil
Australia	James Cook University	Bachelor of Engineering (Electrical and Electronic)	Ingeniería Electrónica
Australia	James Cook University	Bachelor of Engineering (Mechanical)	Ingeniería Mecánica

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
Australia	James Cook University	Bachelor of Business and Environmental Science	Ingeniería ambiental
Europa	University College London (Sciences)	Chemistry	Química
Europa	University College London (Sciences)	Mathematics	Matemáticas
Europa	University College London (Sciences)	Physics	Física
Colombia	UNIVERSIDAD ICESI	Ingeniería Industrial	Ingeniería Industrial
Colombia	UNIVERSIDAD ICESI	Ingeniería de Sistemas	Ingeniería sistemas
Canadá	University of Ottawa	Chemical Engineering	Ingeniería Química
Canadá	University of Ottawa	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Canadá	University of Ottawa	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Canadá	University of Ottawa	Electrical Engineering	Ingeniería eléctrica
Canadá	University of Ottawa	Mechanical Engineering	Ingeniería mecánica
Canadá	University of Ottawa	Mathematics and Statistics	Matemáticas
Canadá	University of Ottawa	Chemistry	Química
Canadá	University of Ottawa	Physics	Física
Canadá	Simon Fraser University	Bachelor of Environment	Ingeniería ambiental
Canadá	Simon Fraser University	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Canadá	Simon Fraser University	Electronics Engineering	Ingeniería Electrónica
Canadá	Simon Fraser University	Chemistry	Química
Canadá	Simon Fraser University	Mathematics	Matemáticas
Canadá	Simon Fraser University	Physics	Física
Canadá	Simon Fraser University	Engineering Physics (Honors only)	Física
Canadá	Simon Fraser University	Systems Engineering	Ingeniería sistemas
Canadá	Simon Fraser University	Bachelor of Environment	Ingeniería ambiental
Canadá	Bishop's University	Chemistry	Química
Canadá	Bishop's University	Mathematics	Matemáticas
Canadá	Bishop's University	Physics	Física
Canadá	Bishop's University	Environmental Science program	Ingeniería ambiental
Canadá	University of Calgary	Chemical Engineering	Ingeniería Química
Canadá	University of Calgary	Chemistry	Química
Canadá	University of Calgary	Civil Engineering	Ingeniería Civil
Canadá	University of Calgary	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
Canadá	University of Calgary	Electrical and Computer Engineering	Ingeniería Electrónica
Canadá	University of Calgary	Environmental Science (BSc) Program	Ingeniería ambiental
Canadá	University of Calgary	Mechanical and Manufacturing Engineering	Ingeniería Industrial
Canadá	University of Calgary	Mechanical and Manufacturing Engineering	Ingeniería mecánica
Canadá	University of Calgary	Mathematics & Statistics	Matemáticas
Canadá	University of Calgary	Physics	Física
España	ELISAVA	Ingeniería de Diseño Industrial	Ingeniería mecánica
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Chemistry	Química
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Mathematics	Matemáticas
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Physics	Física
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Environmental Science program	Ingeniería ambiental
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Food Science and Technology	Ingeniería en alimentos

Región /País	Universidad	Carrera ofertada	USFQ
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Chemical Engineering	Ingeniería Química
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Computer Engineering	Ingeniería sistemas
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Mechanical Engineering - Affiliated school	Ingeniería mecánica
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Electronic Engineering for Telecommunication	Ingeniería Electrónica
España	Universidad Autónoma de Barcelona	Electrical Engineering - Affiliated school	Ingeniería eléctrica
Brasil	Universidad de Santa Catarina UNOESC	Ingeniería Industrial	Ingeniería Industrial
Brasil	Universidad de Santa Catarina UNOESC	Ingeniería Civil	Ingeniería Civil
Brasil	Universidad de Santa Catarina UNOESC	Ingeniería de Sistemas	Ingeniería de Sistemas

Anexo 11: Universidades con Beca

UNIVERSIDAD	PAÍS	BECA
Avans University of Applied Sciences	Netherlands	
Bard College	United States	up to 50% of costs (2 students/year)
Bellarmino University	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion-- pero pagas acerca de \$2.500 por semestre aquí a la USFQ por el alojamiento de los estudiantes de Bellarmino que vienen (mientras ellos pagan por el tuyo allá)
Beloit College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Bishop's University	Canada	
Boston College	United States	\$20,000 divided among 2 stds for academic year or 4 stds for a semester
Boston University	United States	
Bridgewater College (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Butler University	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
California State University, Monterey Bay	United States	50% housing + 50% meal plan (semester) 100% housing & meals (summer)
Clarion University of Pennsylvania	United States	
Coastal Carolina University	United States	
Cornell University (College of Agriculture & Life Sciences)	United States	
Depauw University (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
East Carolina University	United States	
Eastern Oregon University (OUS)	United States	beca monetaria, monto varía
ELISAVA (School of Design)	Spain	
Elizabethtown College (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Florida Atlantic University	United States	
Florida International University	United States	
Georgetown University	United States	
Hawaii Pacific University	United States	
IES Verano en Chicago	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion (academic year stipend)
IHECS (Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales)	Belgium	
IE3 Global	United States	beca monetaria, monto varía (determinado por la USFQ)
Jagiellonian University	Poland	
James Cook University	Australia	
Jönköping International Business School	Sweden	53 000 SEK for 1 sem for 2 stds (gov't) No scholarship for the AY 2016-2017!
Juniata College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion

UNIVERSIDAD	PAÍS	BECA
Kalamazoo College	United States	full scholarship (food & room), work as language assistant
Kansai Gaidai University	Japan	Possible \$800/month stipend for full year (JASSO)
Keene State College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
King's College London	England	
Linfield College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion for USFQ-Galápagos students
Loras College (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Louisiana State University	United States	
Ludwig Maximilian Universität	Germany	1 teaching assistantship per year (€650/month) (for 1 student during 1 semester only).
Lund University	Sweden	
Maastricht University	Netherlands	
Manchester University (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
McPherson College (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Michigan State University	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
National University of Ireland-Maynooth	Ireland	
Nebraska Wesleyan University (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
New Mexico State University	United States	beca de vivienda/50% beca de alimentacion/\$200 books
North Carolina State University	United States	
Northern Arizona University	United States	100% housing + 10 meals/week
Northern Kentucky University	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Norwegian University of Science and Technology (NTNU)	Norway	
Oglethorpe University	United States	
Oregon Institute of Technology (OUS)	United States	beca monetaria, monto varía
Oregon State University (OUS)	United States	beca monetaria, monto varía
Pacific University	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Politecnico di Milano (POLIMI), School of Design	Italy	
Portland State University (OUS)	United States	beca monetaria, monto varía
Presbyterian College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Reed College	United States	
Saint Norbert College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
San Diego State University	United States	
Sciences Po - Aix	France	
Simon Fraser University	Canada	
Singapore Management University	Republic of Singapore	
Sookmyung Women's University	South Korea	
Southern Oregon University (OUS)	United States	beca monetaria, monto varía

UNIVERSIDAD	PAÍS	BECA
Sungkyunkwan University (SKKU)	South Korea	
Swinburne University	Australia	
Texas A&M University	United States	
Tulane University	United States	
Universidad Autónoma de Baja California	México	
Universidad Autonoma de Barcelona	Spain	
Universidad Finis Terrae (UFT)	Chile	
Universidad de la Cuenca del Plata	Argentina	
Universidad de Puerto Rico	Puerto Rico	
Universidad de Salamanca	Spain	
Universidad de Santa Catarina UNOESC	Brasil	
Universidad de Valencia	Spain	
Universidad ICESI	Colombia	
Università Degli Studi di Torino	Italy	
Universität Erfurt	Germany	
Universität Tübingen	Germany	posible beca Baden-Wuerttemberg 2016-2017 - apply until March 18, 2016
Universite Catholique de Lille	France	
Universite Technologie Troyes	France	
University College London (Arts & Sciences)	England	
University College Maastricht	Netherlands	
University Montpellier II	France	
University of Akron	United States	
University of Applied Sciences and Arts Northwestern Switzerland	Switzerland	
University of Birmingham	England	
University of Calgary	Canada	
University of Georgia	United States	beca de vivienda/75% beca de alimentacion
University of Illinois at Urbana Champaign	United States	beca monetaria, monto varía
University of Kentucky	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
University of La Verne (BCA)	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
University of Massachusetts Amherst	United States	
University of Minnesota	United States	
University of Mississippi	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
University of New Mexico	United States	
University of North Carolina, Chapel Hill	United States	
University of North Carolina, Wilmington	United States	
University of Oklahoma	United States	
University of Ottawa	Canada	Possible \$7,200/semester scholarship from Canadian gov't (Mayo)

UNIVERSIDAD	PAÍS	BECA
University of Richmond	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
University of South Carolina	United States	
University of the Sunshine Coast	Australia	
University of Wisconsin-Milwaukee	United States	
Victoria University	Australia	
Virginia Polytechnic Institute and State University (Virginia Tech)	United States	
Washington and Jefferson College	United States	beca de vivienda/beca de alimentacion
Washington College	United States	1 student/year as Spanish assistant (beca de vivienda/beca de alimentacion +\$200/month)
Western Kentucky University	United States	
Western Oregon University (OUS)	United States	beca monetaria, monto varía
Willamette University	United States	

Anexo 12: Estado de resultados USFQ



UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2015

USD\$ Expresado en miles

	PRESUPUESTO	EJECUCION
<u>Ingresos</u>		
Ingresos Académicos	66.250	65.874
Ingresos actividades docentes	933	931
	-	-
Total Ingresos	67.183	66.804
<u>Egresos</u>		
Remuneraciones	30.987	31.179
Gastos de Docencia	2.551	2.621
Seguridad y Limpieza	1.559	1.548
Servicios Generales	1.464	1.459
Infraestructura	7.747	7.641
Servicios Estudiantiles	3.219	3.213
Gastos Financieros	2.258	2.257
Mantenimiento	1.314	1.393
Publicidad	649	640
Depreciaciones y Amortizaciones	4.468	4.461
Otros Gastos	5.568	5.506
Inversión Propiedad Planta y Equipo	5.397	4.887
Total Egresos	67.183	66.804

Anexo 13: Propuesta DEVSU



Propuesta para Implementación de
Sistema Web de Relaciones
Internacionales

PUCE

4 Agosto 2016

Información de la Compañía

Nombre	DevsuSoftware Cia. Ltda.
Contactos	César Salazar
Dirección	Shyris N44-135, Suite 3A Quito - Ecuador
Teléfono	(02) 246 9979
Email	csalazar@devsu.com
Website	www.devsu.com
Skype ID	cesarsalazar007

Resumen Ejecutivo

Devsu se complace en presentar la propuesta para el desarrollo de la plataforma web para PUCE - Relaciones Internacionales. Devsu es una empresa líder en el mercado ecuatoriano en desarrollo de aplicaciones web y móviles de alta calidad. Estamos muy complacidos de ofrecer nuestros servicios a esta prestigiosa empresa para la ejecución de su plataforma de negocio. Nuestro talentoso y experimentado equipo brindará una solución adecuada a sus necesidades, la cual excederá sus expectativas y permitirá tener una herramienta para poder cumplir sus objetivos.

Devsu ofrece desarrollar un producto basado en los más altos estándares de calidad a un precio muy competitivo. El trabajo realizado tendrá total garantía y soporte después de la entrega.



Acerca de Devsu

Devsu es un equipo de emprendedores cuya misión es la de proporcionar soluciones tecnológicas a empresas de primer nivel. Nos orgullece en proveer a nuestros clientes de un producto basado en los estándares de calidad más altos y desarrollado con tecnología de punta, el cual siempre buscamos, exceda las expectativas de sus usuarios.

Nuestra compañía hace realidad las soluciones que usted necesita amparados en un equipo técnico y experimentado. Le brindamos un producto con calidad internacional a un costo local. Trabajamos con nuestros clientes para desarrollar proyectos a tiempo y medida de su presupuesto.

Somos expertos en el manejo de distintas tecnologías para el desarrollo de soluciones móviles, e-Commerce y empresariales, las cuales se han utilizado en distintas industrias.

Experiencia

La experiencia de nuestro equipo es una de las razones por las cuales nos diferenciamos de la competencia. Los miembros de nuestro equipo han trabajado en una gran variedad de proyectos, desde aplicaciones web y móviles para el seguimiento de condiciones climatológicas en sistema fluviales, hasta soluciones de seguridad bancaria. La mayoría de estos proyectos se han realizado a nivel internacional, principalmente para el mercado norteamericano, lo cual garantiza niveles de exigencia y estándares de calidad muy altos.

Dentro de los proyectos en los cuales los miembros de nuestro equipo han participado podemos encontrar empresas como UCLA (Universidad de California), Paramount Pictures, Honda, HTC, Lexus, inFocus, McAfee, Hewlett-Packard, Paramount Pictures, Corporación La Favorita, Tecniseguros, entre otros.



Cientes & Proyectos

Nuestra cartera de clientes demuestra la gama de industrias en las cuales nuestro equipo ha trabajado. Desde la industria automotriz hasta la industria de retail, nuestro equipo ha construido soluciones para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, su estrategia y sus objetivos de negocio.

DEVSU DIGITAL STUDIO

ALGUNOS DE NUESTROS PROYECTOS



Autometer Custom Shop - e-Commerce

<http://www.ampcustomshop.com/>

HTC - sitio móvil

<http://www.htc.com/us>

Fishhound - e-Commerce y aplicación móvil

<http://www.fishhound.com>

Anthem Blue Cross Blue Shield - Sitio móvil

<http://www.anthem.com/>

Lexus studio - Sitio móvil

<http://www.lstudio.com/>

Supermaxi - Aplicación móvil

[iOS App](#)

[Android App](#)

Para una lista completa de nuestros proyectos y clientes, por favor visite nuestro portafolio en <http://devsu.com/portfolio2014.pdf>

Devsu.com | devsu@devsu.com

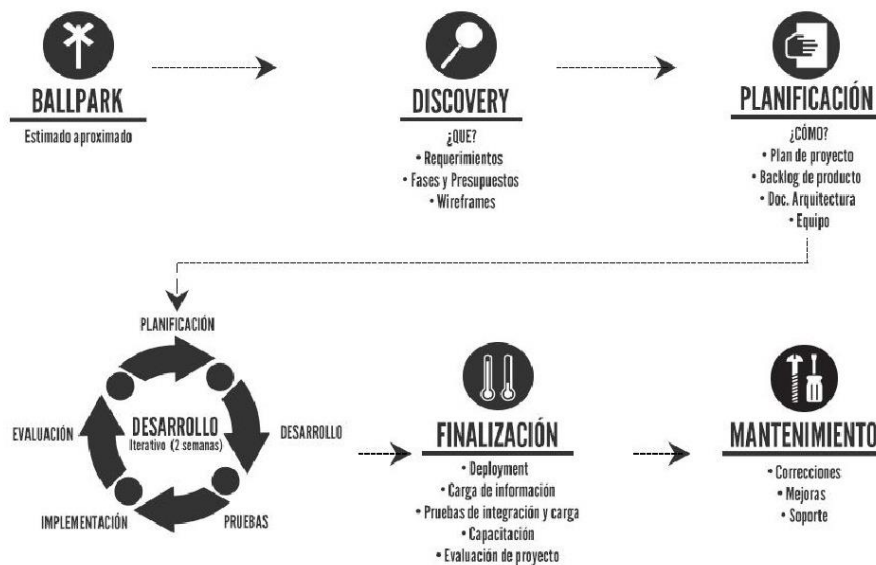
Shyris N44-135 y Río Coca, Edificio Montecarlo, 3er piso

Teléfono: (02) 246 - 9979

¿Qué nos diferencia?

Metodología de Trabajo

En general, la metodología usada por Devsu es una metodología ágil basada en Scrum, con una fase inicial de Discovery, e iteraciones de trabajo de 15 días, las cuales incluyen sus propias etapas de planificación, desarrollo, control de calidad y entrega.



Calidad desde el código

Nuestro principal factor diferenciador es la calidad del producto producido. Pocas empresas tecnológicas en el Ecuador realizan un proceso estricto de Pruebas Unitarias, Pruebas Funcionales, Pruebas de Carga y Pruebas de Integración. Es de conocimiento a nivel mundial, que dichos procesos son vitales para reducir la cantidad de errores de software, crear sistemas mantenibles al largo plazo y reducir tiempo destinado a corrección de errores.

Devsu tiene un proceso establecido para la automatización de pruebas unitarias, funcionales, de carga y de integración.



Control de Calidad

El proceso de control de calidad de Devsu, con pruebas en dispositivos reales y simuladores, garantiza el correcto funcionamiento de la aplicación en todos los dispositivos y navegadores para los cuales se certifica. Se realizará las pruebas en los diferentes sistemas operativos y navegadores para los cuales se realiza la aplicación. Para cada uno de ellos se analizará los dispositivos más usados en el mercado nacional, con el fin de realizar pruebas en dispositivos reales. Para dispositivos menos usados se utilizará simuladores.

Costo & Plazo

Plazo

Devsu ejecutará los servicios mencionados en esta propuesta, entregando el proyecto desarrollado, probado y listo para su uso en un periodo de 8 a 10 semanas. La variación del tiempo de entrega se debe a que es ampliamente requerida la cooperación del cliente durante todo el proceso.

Se definirá un plan más detallado en conjunto con el cliente, con entregas parciales a realizarse cada 15 días.

El equipo para desarrollar esta propuesta estará compuesto por 1 Ingeniero de UI/UX, 2 desarrolladores, 1 ingeniero de control de calidad y 1 gerente de proyecto.

Costo

Se incluye a continuación un resumen. Para un desglose de tareas en cada plataforma, referirse al documento adjunto.

Desarrollo & Codificación	144	
Wireframes y Diseño UI/UX	16	
Definición de Arquitectura del Sistema	8	
Integración Diseño Gráfico (incluye responsive design)	36	
Gerencia de Proyecto	36	
Control de Calidad	15	
Instalación & Despliegue a Producción y 3 horas de capacitación	15	
Buffer para imprevistos	29	
Total	299.00 h	\$11,960.00

Se requiere la siguiente forma de pago:

- 40% al inicio del proyecto
- 30% contra entregable a definir, en base al cronograma de trabajo.
- 30% contra la entrega final del proyecto



La propuesta incluye una ronda de diseño de las páginas. Si se requieren rondas adicionales de diseño, tendrán un costo adicional, a un precio de \$40/hora.

La propuesta no incluye los valores de los servicios externos (mailchimp, google analytics, y el servicio de chat en línea). De todas maneras mailchimp y google analytics proveen una opción gratuita, que sería lo recomendado para empezar.

La propuesta no incluye el costo de hosting. Esto se puede ofrecer a un costo de \$600/año, que incluiría el hosting + 2 horas de soporte al mes.

Los costos no incluyen IVA.

Garantía

Se incluye dentro de la propuesta 30 horas de soporte que se pueden usar durante los 3 primeros meses luego de entregado el proyecto.

Esta propuesta tiene validez de 30 días.

X	#	Ref	Feature	Est. hours	Description/Comments
			Ambientes de Trabajo		
	1	F001	Amb. Desarrollo	4	Configuración ambiente desarrollo
	1	F001	Amb. Desarrollo	8	Configuración ambiente staging
			Plataforma		
	3	F003	General	8	Configuración general del framework (CMS) y estructura de BD
	4	F004		6	Creación roles & permisos de usuario
	5	F005		12	Pantalla de configuración de roles y permisos de usuarios
	6	F006	Home page	4	Header & Footer
	7	F007		12	Área principal
	8	F008	Secciones Generales	6	Integración con solución de emailing
	9	F009		4	Integración google analytics
	10	F010		16	El cliente debe proporcionar las traducciones. No se incluye la carga de contenido. No incluye idiomas que se escriben desde la derecha.
			Múltiples Idiomas		
			Sitio web público		
	11	F011	Páginas de contenido	8	
	12	F012	Página de solicitudes	16	
	13	F013	Eventos	12	
	14	F014	Noticias	12	
	17	F017	Integración con chat de soporte	16	
	18	F018			
	19	F019			
	20	F020			
					144.00 hours
					\$5,760
			Development		Estimated amount
				144.00 h	
		DEV	Desarrollo & Codificación	144	\$5,760
		UI	Wireframes y Diseño UI/UX	16	\$640
	5%	CS	Definición de Arquitectura del Sistema	8	\$320
	25%	TH	Integración Diseño Gráfico (incluye responsive design)	36	\$1,440
	25%	PM	Gerencia de Proyecto	36	\$1,440
	10%	TE	Control de Calidad	15	\$600
	10%	DP	Instalación & Despliegue a Producción y 3 horas de capacitación	15	\$600
	20%	BU	Buffer para imprevistos	29	\$1,160
			Total	299.00 h	\$11,960.00

Anexo 14: Cotización Creative Print

Saludos Cordiales





Roberto Guerra
Administrador Matriz

República ES-22 e Inglaterra Esquina 2do Piso
Telf: 3520 080 • 2459 898 • 2263 420
Cel: 098 485 7918

Impresión Digital
Impresión Offset
Gigantografías
Diseño Web y Multimedia



EMPRESA: PUCE	FECHA: 13/9/2016
ATT:	TELEFONO:

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
2000	tripticos full color tamaño a4 cerrado en couche de 150 grs	\$ 0,081	\$ 162,00
2000	cds impresos y grabados	\$ 0,90	\$ 1.800,00
	diseño de tripticos y cds		\$ 75,00


FORMA DE ENTREGA:	ABONO 50% SALDO CONTRA ENTREGA.
VALIDEZ DE LA OFERTA:	8 DIAS
TIEMPO DE ENTREGA:	5 DIAS LABORABLES

LOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA

Saludos cordiales,

ROBERTO GUERRA
Administrador

Anexo 15: Cotización Google Adwors



¿Ya es cliente de Google AdWords? [Acceder](#)

[Visión general](#)
[Beneficios](#)
[Funcionamiento](#)
[Costos](#)
[Comenzar](#)

Miles de anunciantes utilizan Google AdWords. Únase ahora


[Comenzar ahora](#)

Servicio de asistencia telefónica gratuita:
1800-000-042 *



Destaque su empresa


Si desea atraer nuevos visitantes a su sitio web, aumentar las ventas en línea, hacer que lo llamen o incentivar a sus clientes a regresar por más, Google AdWords puede ayudarlo.



Conéctese con clientes en toda la Web


Puede llegar a clientes potenciales en sitios web relevantes de toda la Web. Las distintas opciones le permiten orientar sus anuncios a los clientes en el momento y el lugar indicado.

Elimine las conjeturas del marketing




Medible, eficaz y flexible

Google AdWords muestra cuántas personas ven su anuncio y qué porcentaje hace clic para visitar su sitio web o llamarlo. Con las herramientas de seguimiento, incluso puede ver las ventas reales que genera su sitio web como resultado directo de sus anuncios.



Información valiosa a toda hora

Puede ver el rendimiento de sus anuncios en cualquier momento al acceder a su cuenta de Google AdWords. Para ahorrar tiempo, también le enviaremos un resumen mensual con las principales estadísticas y las cifras más importantes.



Clics

30570

Porcentaje de clics

0.18%

Costo promedio por clic

\$0.1

Costo

\$3057

•			
•			
•			
•			

•			
•			
•			
•			